创意训练的 100 个方法

1、 确立价值观

奇怪的是，关于创意训练的第一个训练却不是训练创意的，而是对价值观的确立。这项训练的目的，是让你更清醒自己人生的方向，知道自己的创意该向何处集中，创意该用在哪里。这个训练有 ABC 三个步骤：

A、在以下的形容词中，选出你最喜欢的、最有感觉的五个，并按喜好程度来排序。
创新 成功 富有 卓越 挑战 冒险 亲情 快乐
健康 自由 美丽 勇气 自信 幸福 关心 学习
服务 奉献 真诚 真实 兴奋 爱 尊重 尊严
安全 稳定 活泼 智慧 伟大 权利 幽默 高雅
高尚 和谐 正义 简洁 乐趣 活力 公平 和平
自律 毅力 诚信 体贴 吸引 热情 忠诚 舒适
享受 完美 娱乐 独立 耐心 浪漫 感激 激情
家庭 同情 发明 鼓舞 控制 休闲 平静 造诣
教导 公正 认同 助人为乐 成就感 创造力 另类
你的选择和排序：
1 激情_____ 创业需要持久的激情，这是我现在最欠缺的。
2 自信_____只要我足够自信，我就能战胜一切困难。
3 挑战_____挑战别人的看法，成就自己的辉煌。
4 诚信_____做生意，诚信为本。
5 成功_____不放弃自己的梦想，每天都要反思对错。

B、请为这五个词分别写下自己的理解。
比如第一词你选的是"成功"，那就加上你的一理解，比如："当我赚到 100 万时，我就成功了。"

C、改正你的理解。去掉一些太受外力制约的因素，要求别人肯定的因素。
比如对"成功"一词的理解，"当我赚到 100 万时，我就成功了。"这样的目标受外力制约很大，应该改为切实可行的。比如改为："当我每天都能完成计划内的工作，并且每天都有所进步时，就算成功了！"

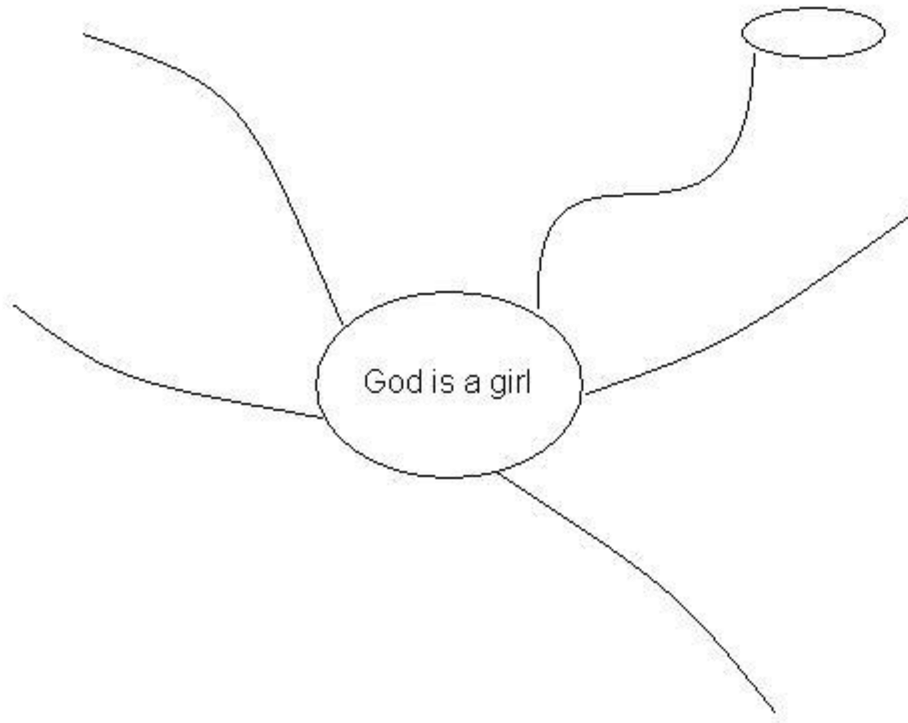
完成了以上三个步骤，你的价值观就会清晰了。
这是一个有魔力的训练，做完后，你会觉得对人生的理解豁然开朗，很多成功人士都是在类似的训练中清晰了目标，然后奋不顾身的努力而达到人生的梦想的。
快找来纸笔，做一做吧：）

2、God is a girl - 科幻小说式训练法

找来纸笔，开始这个训练。
如果 God is a girl（上帝是个女孩），会怎么样？

创意训练的 100 个方法

请写出你的设想，越多越好。
注意，在写的时候，不要一行一行的写。
请使用思维布赞术的方法：在中间写上你要想的主要想法（main idea），然后拉出线，写出你的想法，参考下面这个草图。



如果上帝是个女孩，会怎么样呢？你能够想到很多很多有趣的想法么？
我的同事们想到了很多，比如：
世界上就没有战争
下雨会是下香水
天空会有花瓣雨
眼泪会成为货币
……
这个方法叫做科幻小说式训练法，它的基本公式是：如果……会怎样？
你也可以自己想一些"如果……会怎样？"来训练自己的创意。
这个训练法的原理是：当有了一个不可能的假设后，人们就可以突破常识、常规、常理，而有些超乎寻常的想法！
现在就开始练习吧，只需要十分钟，你就能"收获"一个上帝做女孩的美好世界。
==

3、电影观后想

看完一部电影，和朋友相互提问，关于一些关于画面上很细节的问题，看看自己能记得多少。
比如，看完《疯狂的石头》，可以提问：
1、在搬家那场戏中，道哥他们都搬出了什么家具？
2、当包世宏和女友坐在江边，女友穿的什么衣服？
3、最后的写字楼的前台服务生长的什么样子？当时台面上还摆放了什么东西？
……
每部电影都可以这样来训练和温习，为什么要这样做呢？
首先，我们需要细节，因为细节是创意的材料。
而且，细节往往是画面思维，而不是文字思维所能提供的。
因此，这样做可以不断训练你对画面的思维能力和记忆能力，为创意积累原料，等到创意时就有源源不绝的素材啦：）

4、托氏训练法 - 空铁罐的用途

创意训练法中最著名的就是这个，叫做"空铁罐的用途"。
在黄文博的书《关于创意我有意见》这本书里，提到过一个类似的训练法，就是"杯子的用途"，其原理是一样的。
本训练是托伦斯博士发明的"托氏创意思考测验"，具体的做法就是：
写出关于空铁罐的各种可能的用途，越多越好。
在写的时候，请用创意训练 2 中所提到的那样的草图的方法，每个想法拉出一条线。
这个项目的四个评分标准：
流畅性——想出大量点子的能力，也就是一共想出多少个？
灵活性——不同类型的点子，也就是空铁罐的不同类型用途，如当容器、当玩具、当通信器材等涉及到这样不同的类型。
原创性——如果总是想到空铁罐的典型用途，就得不到这个分数。
衍生性——你果你的点子是需要把空铁罐熔化、磨成粉末、涂上油漆或与另一个罐子组合起来，才得到这个分数。
另外，小朋友在做这个问题时也提供了一些超有趣的答案，可以参考一下：
昆虫的笼子
蚂蚁的家
玩踢罐子
小精灵的洗衣机
洋娃娃的帽子
芭比娃娃的游泳池
乐器
跷跷板支柱
熔化后，做成卫兵模型
……
我们已经提供了几个训练的方法，相信一般的读者看到，只是笑一下、好奇一下。而不会亲手尝试。
的确这样的训练自已去做有点难，所以可以找来同事一起做。
那些真正去做这个训练的人，是最希望改变自己创意的人，也一定会在创意路上走得更远。

创意训练的 100 个方法

5、创意会时禁止说的话

克拉克（Charles Clark）提出的 57 个“开会时抹杀创意的语句”，
看看你在开会时，有没有这样的语句出现？如果有，一定要尽力避免。
1.以前我们从来没有这样做过……
2.这样是行不通的……
3.我们时间不够……
4.我们人力不够……
5.我们没有这样的预算……
6.这个我们以前试过……
7.这样做我们还早呢……
8.理论上行得通，但实际上你可以做吗？

9.这太学术性了！
10.顾客会怎么想呢？
11.如果真的有效，早就有人建议了……
12.太新、太时髦了。
13.太老式了。

14.这个，以后我们再找时间讨论……
15.你不知道我们的问题在哪里。
16.我们的规模太小了，做不了那样的事。
17.我们的规模太大了，不能那样做。

18.我们既有的计划太多了。
19.我们先做个市场调查再说。
20.像这样都已有二十年了，所以也应该是不错的。

21.是哪个家伙想出来这样的馊主意？
22.我就知道行不通。
23.让我们成立一个委员会吧！
24.让我们考虑一段时间，看看有什么发展再说。

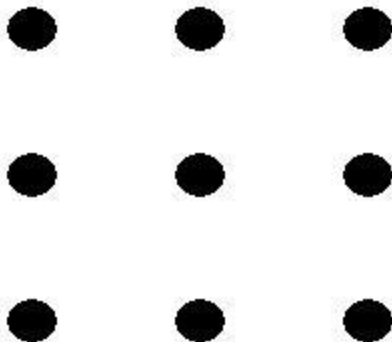
25.这不是我们的问题……
26.生产部不会接受……
27.别人会想我们是长发嬉痞……
28.工程部不可能做出这样的东西。
29.这在我们部门是行不通的……
30.管理人方面绝不会接受这样的观念。
31.不要进展太快。
32.为什么现在要改变呢？我们销售成绩还在往上升呢！
33.让我们看看再说吧！
34.这样做工会一定会大叫的。
35.这不是和以前又一样了吗？

36.让我们写下来（光谈没用）。
37.我倒看不出这有什么关联。
38.在我们这个行业中，这样行不通吧！
39.根据法规我们不能这样做。

40.神经病……
41.政治意味太强了……
42.听起来是不错，但我想是不会成功的……
43.这不在计算之内。
44.没有规划可以让我这样做……
45.我们以前从来没有这样尝试过……
46.手册里面找不到呀！
47.这样的意思是增加工作量……
48.这不是我们的责任……
49.话是这么说，但是……
50.这样会超过预算……
51.这样做太早了……
52.这样做太迟了……
53.这样会触犯……
54.这样得不到什么结果……
55.我们自己人不会接受……
56.你不了解问题所在……
57.你们这些小毛头懂什么，还来教我怎么做事……

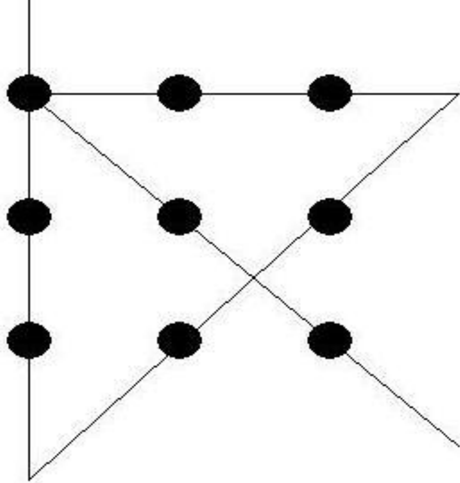
6、连线游戏

只有亲自尝试，才能在这个游戏中学到方法。
下面是有规则排列的九个点，请你用首尾相连的、不超过四条的线将这九个点连接起来。你能做到么？试试看！



这个连线游戏的关键在于解题。"首尾相连的、不超过四条的线"可以理解成直线，也可以理解成曲线，直线曲线都"首尾相连"，而且"不超过四条的线"，不一定只用四条，用一条/两条/三条都可以。所以答案其实有很多。

首先公布一下直线的答案：



好了，现在我们把这个题再进一步：请你用一条线将这九个点连接起来。(直线和曲线都可以。)
需要提示的是，这个答案有很多，也很有趣，需要严重的发挥创意才行。
谁能做到呢？
用一条线将这九个点连接起来。这一题目有很多很多的解决方法，举例如下：

1、曲线。需要提醒的是，无论这条曲线画的有多不同，曲线只是第一个方法。
2、孩子们的解决方案：拿一支特大号的笔画一条粗线。

3、将这张纸放在地上，画一条线通过第一行的三个点，然后绕地球一周，回来以后，通过第二行的三个点，然后再绕地球一周回来，通过最后三个点。
4、最漂亮的方法：有一个日本的折纸方案，折成以后可以让这九个点排在一条线上，这样就可以轻易画线通过它们了。

5、没错，用毛线也可以，其它各种线都可以。
6、光线也是一种线，所以用手电筒来试试，也可以做到
7、把这九个点分别剪下来，再用针线一个一个地穿过它们。
……
这个有趣的训练是瑞典的费德里克·阿恩提出来的，它还有无限个解决方法，试着想想吧。
爱因斯坦说："我会一直寻找，直到我找到所有的针。"
思考和创造是一种习惯，随时随地。

7、杯子与苍蝇

这个训练来自于詹宏志的《创意人》。他称之为反分析训练，我们也可以叫做共通点训练。

其基本思路是：试图找出两个不相干事物的共通之处。
第一步：花 10 分钟，找出杯子与苍蝇有哪些相同的地方；
第二步：花 10 分钟，为杯子和苍蝇找一些有用或有趣的组合。
以上两个答案都越多越好，而且可以荒唐一些，为了保证思维的流畅性，你尽管写下一切想到的东东。

关于杯子和苍蝇的共通点，乍一看会有点摸不着头脑，等你适应了这类题目就会发现其实并不难，比如它们都是敞口的，都不穿衣服，都经常出现在餐桌，如果落在头上都会让人不快……。
关于杯子和苍蝇的组合：比如印一只假苍蝇的在杯底，每个人喝完咖啡都吓一跳，这可能是个会流行的恶搞产品。
再比如它们的组合可以讲笑话，有这样一个著名的笑话，就是以它们为主角的。

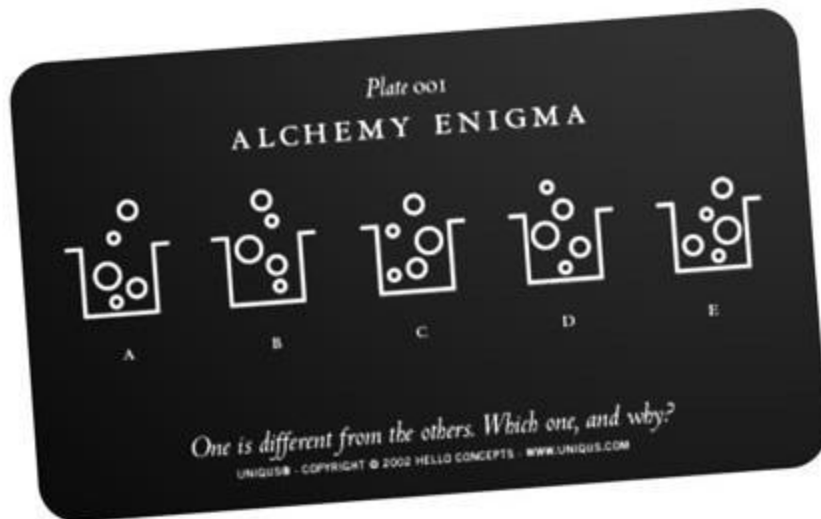
是在餐厅里吃饭的时候，突然发现在你的杯子里有只苍蝇………
日本人：（严肃的）把你们老板找来，我要投诉!!!
英国人绅士，一声不响的掏钱再买一杯
德国人一丝不苟，要求侍者换一杯
中国人宽容的没话说（谁没有错的时候呢，）将苍蝇挑出去后一饮而进
法国人根本没发现，光顾看窗边坐着的美女啦
美国人很幽默："小姐，在我们美国是这样上咖啡的，先上咖啡，再上牛奶，再上方糖，最后上苍蝇，你喜欢多少加多少。"

做过这个训练，你就可以自已找很多事物来练习了。下一次，请你试着找一下风筝和高速公跑有哪些共通点，又有什么有趣的组合？这是有一次我坐在车上无聊，自己练习的题目:)

8、挑图形

这里有三组图像，每组由五个图像构成。这五个图像里面有一个是与众不同的，是哪个呢？需要动动脑筋才能找到答案。要找出是哪一个，而且要能解释为什么是它？
这些图像之间的联系都不是很明显，试着从不同的角度去观察。

1、化学

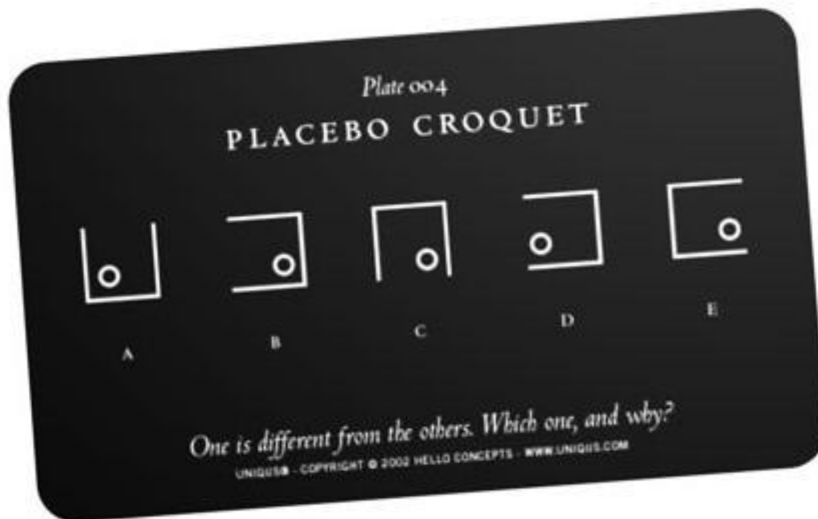

Plate 001
ALCHEMY ENIGMA
A
B
C
D
E
One is different from the others. Which one, and why?
UNIQUS® - COPYRIGHT © 2002 HELLO CONCEPTS - WWW.UNIQUS.COM

2、奇怪的米奇


Plate 021
STRANGE MIKI
A
B
C
D
E
One is different from the others. Which one, and why?
UNIQUS® - COPYRIGHT © 2002 HELLO CONCEPTS - WWW.UNIQUS.COM

3、药瓶

创意训练的 100 个方法



参考答案

1、除了 D 以外，其他的泡泡的顺序都是相同的。

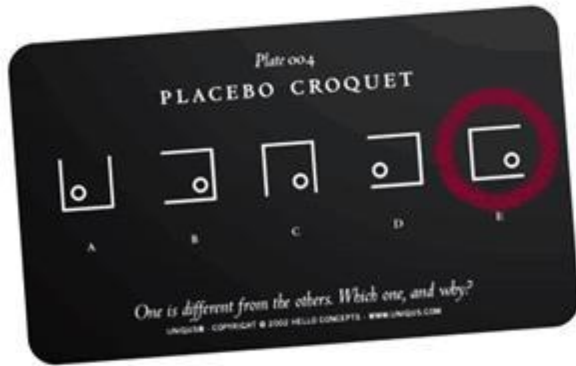


2、D 的米奇，耳朵是分开的



3、旋转药瓶为统一方向之后，只有 E 的药丸在右方。

创意训练的 100 个方法



不过这里要说明，答案不是限这三个。只要角度不同，你的答案都是对的，比如第 1 题，有的朋友选 E，理由为三个泡泡 成为直线，这也是对的。也有的解释可以完全不同，比如第 2 题，可以解释为：如果所有的米奇都是俯视的，那么只有 D 是站着的。第 3 题也可以选 C，因为只有在 这个药瓶里，药丸才能掉出来。

这个题还有一个高级玩法是：找出每个题里的任意 1 个图形，然后指出它与其它 4 个图形的不同之处。

9、灵感纸(idea papers)

所谓灵感纸，其实不是纸，而是记录灵感的小本子。灵感纸是偶发明的叫法。因为对我来说，它最初就是一张纸，后来想记的东西多了，才慢慢成为小本子。

在蓝色创意有一个基本专业动作，就是笔记本。也就是说，每一次开会、讨论等等，一定要带笔记本出席，这样才能记录当时的一些信息和观点，也有利于自己思考时画来画去。而不是每次讨论都临时抓过来几张纸。
我想，光是笔记本还不够，一个真正的创意人，应该还有一个灵感纸。

首先，我不相信灵感这种说法。我认为一个创意人不能象艺术家那样空等着灵感乍现。灵感是不可信的，否则，我也不会这样重视对创意的训练了。
所以，这里的灵感是指偶而会有的一些想法，尤其是有时为周围的事物所触动，一定会有一些想法。而如果那些想法不赶快记录下来，会很快就跑掉的。尽管当时认 为："这很空易记嘛，相信我，一定不会忘的。"可是晚上再回想着想去记下来的时候，就一片空白了。只因为少了当时触发的事物，所以那想法也不会轻易回来叩 门了。我有几次这样的教训，所以才相信了"好记性不如烂笔头"这个说法的重要性。
当然，世界上好多创意的天才，——不仅是广告大师们，也都有这样的小本本哦，可以说这是每一个创意人的秘密武器哦！
尽管当时觉得麻烦，其实这是最省事的方法了。

也经常看到一些故事，说有些名人，把一时的灵感记在手机上、餐巾纸上、甚至衣袖上，还有一个人喜欢到处旅行，所以他就把想法记在一张张的明信片上，然后寄回自己的公司。
基本上这都是没有灵感纸，所以用其它东东来"救火"的好办法。

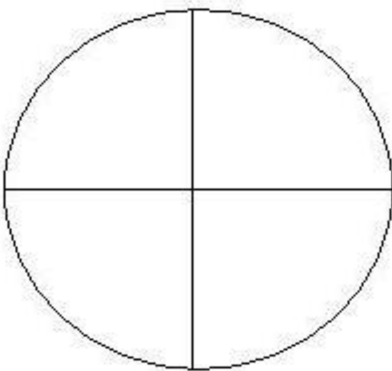
灵感纸一定要小，可以放在口袋里。而且最好有只同样小的笔。
这些东西不是太容易找，不过在一些文具店、礼品店或大超市总能找得到。
拥有了灵感纸以后，不要急于把它写满，就到处去抄东西。好东西，当然可以抄一下，只是不要急于求成。最重要的是不能三天的热情，过后，就让本子躺在抽屉里睡觉了。
这个训练的方法，很简单，但是又很难。
所以这是一个真正的训练，应该坚持下去。

下面就是我用过的一些灵感纸，它们都是小小的一本，光是拿在手里就赏心悦目呢：）



10、纽扣启示录

找一根 30cm 长的缝衣线，然后拴一个纽扣，或者其他的类似的东西。再在纸上画一个直径 15 厘米的园，并在中间画一个十字。这样就可以开始了。



拿起吊着纽扣的线，在十字中心的正上方。这时心里默念：“纽扣左右摆，左右摆”
这样再等一会，看看发生了什么？
不可思议的事发生了，纽扣真的开始左右摆。只要你一直默念。
这时试试，想办法控制住手不让它动。
但你会发现控制不住，它还是左右摆。
然后你再试试默念：“纽扣前后摆，前后摆”，还有“纽扣转圈圈、转圈圈” 。
这真是一个好玩的游戏。它和“笔仙”、“碟仙”这些游戏的原理是一样的。

创意训练的 100 个方法

法国心理学家埃米尔·库埃是自我暗示法的发明人。为了对自我暗示法进行验证，1850 年巴黎自然历史博物馆馆长杰布里·埃尔进行了振子实验，——就是我们刚才做的这个。到 20 世纪初，该实验传遍了欧洲。
这个实验能够让我们切身感受到人类自身所固有的自我暗示的力量。如果能够有效地运用自我暗示法，那么我们就能够从心里祛除不安和恐惧，变得充满自信。
这个游戏的原理是：你的想法记录在大脑的潜意识中，为了实现这个想法，大脑就会自动工作起来。
所以，一定要每天在心中想积极的心理暗示，比如：我一定会成功。或者，我很快乐，或者，我充满活力，我充满创意等等，积极的心理暗示。
“如果每天想这些，我只要躺在床上，大脑就自动工作了哈哈哈哈哈……”如果那样多好啊。

一个故事：
老公半夜饿了，默默念：“我不饿我不饿……嘿嘿，我不饿了！”
然后躺下睡觉。
这时候老婆忽然起来说： “我饿了……！”

如果你想“我不要蓝色，我不要蓝色。”
那你心里想到的第一个颜色，还是蓝色。
以上两个例子说明，想不要的，也会得到不要的结果。
所以要想：“我要……！ ”而且要想“我一定要……”

乔丹是 NBA 得分王/灌蓝王，在 NBA 中的份量举足轻重。而他在高中时蓝球打得并不好，个子也不高。只有 170cm。记者访问乔丹的父亲，为什么乔丹长到 192cm？他父母说不太清楚，我们家族从来没有超过 180cm 的。是内心强烈的愿望，让乔丹长到 192cm 的。

下面是我写的一些创意人的语录卡，你可以每天大声的念其中的几句，来激励自己。
这些语录如果对别人说，可能显得太夸张太不自量力了。不过要对自己说，在内心说，还是越积极越好，这样才能最大化的让自己发挥出潜力，让大脑自动为你加分，耶！

创意人语录卡：
我一定能做出最棒的广告。
我一定能成为广告大师。
我创意出众。
我充满活力。
我有满腔的激情。
我的执行力惊人的好。
无论什么样的 Brief，我都全力以赴。
我会真诚地向所有创意高手学习。
我要真诚的对待每一个人。
我能尽情享受每一天。
我能尽情享受每个创意。
我一定能拿到广告大奖。
我一定能获得客户的欣赏。

我是最专业的广告人。
我能让消费者为产品所激动。
我要突破广告的界限。
我要做出中国人最喜欢的广告。
我要做出中国最好的广告。
我要用积极的态度影响我周围的人。
我要让父母以我为荣。
最后，我一定能拿到"创意赛"的金奖！

11、鞋子发明家

鞋子，普普通通的鞋子，谁都有一双。而鞋子的进化，本身就是一个良好的创意范本。最初的鞋子也许是草鞋，兽皮鞋，后来有了布鞋、皮鞋，还有了唱京剧的木 屐，跳芭蕾舞的鞋，防雨的靴子，女孩子喜欢的松糕鞋，"显个儿"用的增高鞋，还有就是跑布鞋、登山鞋、轮滑鞋等等，鞋子的文章真是太多了。
嗯，所以，看看自己脚上的鞋子，如果把它当成鞋子进化论中的一环，那么，未来，你将拥有一双什么样有趣的鞋子呢？这个训练就是让你探讨改装鞋子的各种可能。
关于鞋子，我和同事们轻而易举的想出了很多，比如鞋带是否能改成闪光的；比如鞋底是否能增加你的签名；比如在情侣鞋底各放一块磁铁，这样两个人就可以相互吸引；比如在鞋上加一个小小的计步器（后来发现世界上已经有这种鞋了）；比如夜间会莹光闪闪的跳舞鞋……

关于鞋子，你能想出多少种可能性？（当然，除了鞋子，你还可以想想 mp3、电视、衣柜等等任何其它东西）
说不定有一天，你穿上了想象中的鞋子。
是在未来，路还很长。

12、电影观前想

电影前想是我发明的一个有趣的创意训练方法，具体的做法是：找一部你没看过的影片，这部影片你听说过它的名字就可以，你也可以了解一下他的导演和相关报道，然后根据你手上的信息，写一下你对这部电影的猜想。最后再拿自己的猜测和该电影对比一下，看看谁的构思更厉害。

找什么样的片子来训练都可以，但是请不要刻意地去收集该片的材料，能知道多少就是多少。比如你可以找最近获奖的片子《色戒》，那么你所知道的信息大约有以 下几个，导演是李安，原著是张爱玲，似乎报道是一个关于汉奸的故事，也是一个让人难忘的爱的故事，也有激情的性爱的场面。

知道这些以后，就可以开始猜测电影了：
比如，既然是张爱玲写的，故事一定是发生在 30 年代左右，那个汉奸，可能经常在法国租界走动，无意间认识了一个法国大使的太太，这位太太本是一位上海的阔小姐，但是嫁给大使后寂寞难耐，所以认识了这个汉奸，两人于是开始了偷情，后来，他们决定某日私奔。后来日军突然轰炸上海，他们决定提前走，去香港。但那位太太思虑再三，还是和大使回到了法国，因为女人还是要生活的安稳。

20 多年以后，这位汉奸做为学者到巴黎访问，偶遇到这位太太，两个旧情人相对无言，只有感叹人生的无奈。全剧终。

这就是一个很粗略的猜想。
其实每个人在看电影前都有一些猜想，只不过没有这么具体，而更多的是一种感觉。这样的猜想更清晰化了，另外还可以写下一些可能发生的关键的情节或对白，很经典的那种。

这个创意训练法的好处就是利用别人已经创意好了的故事，我们首先可以猜测，其次可以对照，以此发现自我的不足，不断的改进和提升。万一想的比原著还好，顺手写下来，说不定又是一本《色戒》出现了呢:)

13、小黑点

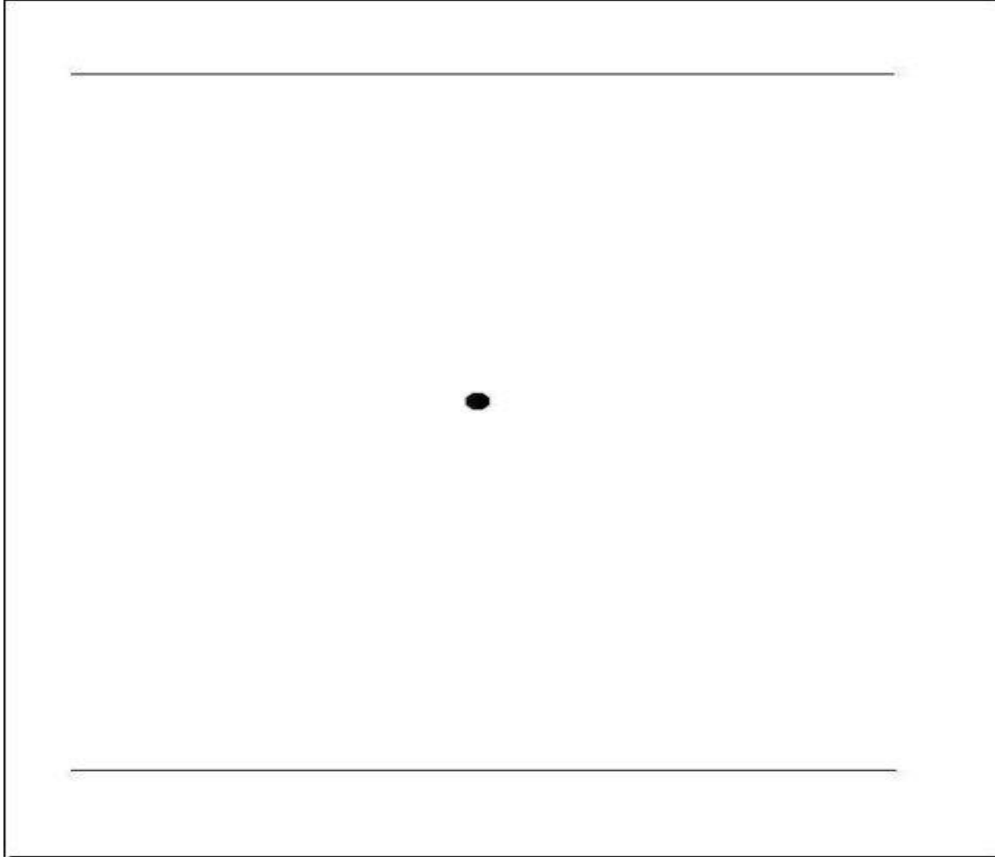
不知你有没有发现，有的时候不是你想不出来创意，而是在想创意的时候不够用心，或者说用不上心。你的心思根本不在自己想的内容上，经常想着想着就溜号了，然后就任思绪飞扬；有时用了很大劲让自己用心一点，可是不知为什么就是不行，不能全神贯注的想创意。

想创意其实和一个因素很有关系，那就是发想时的专注力。也就是能够一心一意，全心的投入在一个问题上的本领。可以说，专注力越强，则创意的爆发力越大。
这在集体讨论时也是常见的，没有专注力的集体话题非常松散，聊了一会就聊到了超女快男明星八卦上去了，而有专注力的集体虽然话题也比较轻松开放，但是却一直没有离开讨论的主题，一步步的深入，最后也收获颇丰。

下面这个图是练习专注力的一个方法，请将它打印出来，然后端坐在桌子前方，拿起这张图，然后盯住图中的黑点，并且一直盯下去，请尽最大的可能不要眨眼，哪 怕流泪了也不要眨，然后全神任何部位都不动，只是一心一意的盯住黑点。在那一刻，世界仿佛都静止了，你的头脑中没有思想，你的眼中只有黑点。
慢慢的，你会发现黑点产生了变化，它会晃动，甚至有一些晕光出现在旁边，再接下来，上下的线会慢慢的消失！

这个训练是加强专注力的好办法，当自己的专注力不够好的阶段，盯盯黑点，加强一下专注力，说不定就会有些转机。

这是一个有趣的尝试，不仅可以训练专注力，同时还能够见识这种慢慢发生变化的视觉现象。说起来，这种视觉现象还可以找到典故呢！那就是“纪昌学箭”的故事：
飞卫是古代一名神箭手，利箭所向，飞鸟落地，走兽伏倒。有一个叫纪昌的人来拜飞卫为师。飞卫让他先学会不眨眼睛和把东西看大的本领，再来学射箭。纪昌回到 家，仰面朝天躺在妻子的织布机下，两眼死死盯着穿来穿去的梭子，苦练两年后，即使有人用锋利的锥尖朝他眼睛刺去，他都能不眨一眼。接着，纪昌捉了只虱子， 用牛尾毛拴住吊在窗口上，天天目不转睛地盯着。十多天过去了，虱子在眼中渐渐显得大起来，三年后，竟显得有车轮般大。他用箭射去，牛尾毛却好端端地悬在空 中。纪昌跑去告诉飞卫。飞卫高兴地说：“你已学成功啦！”



14、出租车的 20 个比喻

是在清晨，我和朋友站在冷冷的风中，看着一辆辆出租车瞪着明亮的车灯疾驰而过，似乎某个电影的场景。
“来做个创意训练吧！”我说。
“好啊？是什么？”朋友说。
“我们来说出关于出租车的 20 个比喻，每个比喻针对出租车的某一个特点。”
“好哇，开始！”

于是，我们迅速进入状态，看着飞过的出租车，说出越来越多的比喻，直到说出了几十个之后还是乐此不疲。

比喻是创意人的基本能力。我们都听过类似的一句话：“第一个说女人是花的人是天才，第二个则是傻瓜。”在比喻的使用上，人们很容易搞老一套，说女人是花， 说脸象瓜子，说彩虹象桥等等。老套的比喻是我们失去创造力的表现，所以一起来想想关于出租车的比喻吧，这些比喻一定要足够新鲜有趣。
比如我和我的朋友想的：
根据出租车飞驰的特点，说它象“奔向磁铁的铁钉”；根据出租车不断看路边的人的特点，说它象“丢了孩子的母亲”；根据出租车一辆一辆不断出现这个特点，说它象“成群迁徙的犀牛”……

15、词的接力

有一次，正和 Ruth 讨论创意，她突然说，“我们来做个游戏吧！”
“是什么游戏？”我好奇。
“来！”Ruth 拿过笔，在纸上写下了一个词：“黑色”。
Ruth 说：“从这个词，你一个一个的联想下去，比如从‘黑色’想到‘头发’，从‘头发’想到‘洗发’……，不用多想，想到了尽管写下来，飞快地写下去！”

于是，我们在一张纸上写下：
黑色——头发——洗发——溪水——鹅卵石——鱼——大海——帆船——哥伦布——土著……
Ruth 说：“其实每个人写的都会不一样，这就提供了创意的很多切入点，你可以写很多，按这种细索写几条，结果就有很多变化。如果产品的卖点是‘黑色’，那你可以在任何一个联想到的词那里找到切入点，而不是总在原地打转……”
“哇，真象一个词一个词在跑接力。”

我觉得这是个有魔力的训练，所以始终念念不忘。

16、词的乱伦

语言的本质即“乱伦”。也就是说，你要为语词不断的创造新的组合方式，才会有出人意料的效果。
请在字典中找到两个词，然后试着用他们造几个句子。
比如，你找到的是这样两个词：“茄子”、“恋爱”。
那么你会为他们造出什么样的句子呢？

例如：
茄子恋爱了，它爱上了隔壁的黄瓜，它希望嫁到那个黄瓜架下做个幸福的女人。

要谈恋爱么？请学学茄子吧，它可以为了爱人而“下油锅”。

茄子很吸油，这就象恋爱很耗费精力，所以第二天难免打盹。

恋爱中的人们，喜欢去很多漂亮的地方，合影留念——“茄子！”

我谈恋爱了，昨天约会的时候，我从裤兜里拿出一根茄子，告诉她：“我要让你喜欢上它，这是我的至爱。”我的女友也毫不含糊，从挎包里拿出一颗大白菜，说：“一块炖了更好吃！”

每天吃茄子的话，恋爱很容易成功。

如果不能恋爱，茄子会死的。象霜打的一样。
……

17、自动写作

超现实主义是二十世纪初期西方的一种文艺思潮，它是由达达主义发展而来的。超现实主义

起源于法国，在两次世界大战期间曾支配法国文坛，其影响甚广。

超现实主义者的宗旨是离开现实，返回原始，否认理性的作用，强调人们的下意识或无意识活动。法国的主观唯心主义哲学家柏格林的直觉主义与奥地利精神病理家弗洛伊德的"下意识"学说奠定了超现实主义的哲学和理论基础。

超现实主义者宣称：人的本能、梦幻、下意识领域是文艺创作的的源泉。认为人的头脑活动要从逻辑与理性束缚中解放出来。

超现实主义的创作采用的是"自我意识的书写"和"自动写作"的方法。他们主张写作要绝对真实，是纯粹的无意识的活动过程，不通有艺术加工和任何逻辑思维的 形式。在一个非常安静的环境里，作家只要把脑子里涌现出来的东西快速地记录下来，词与词之间，全靠一种偶然的结合；如果一时没有现存的词汇表达，甚至可以 随意用某个字母、符号来代替。不需要考虑上句和下句之间什么关联，反逻辑性是其创作方法的一大特征。这类作品，大多数艰涩难懂，不符合语法结构和逻辑思维 的法则，有的变成文字游戏。

卡夫卡曾经仅仅用一个夜晚就完成其小说《判决》（LE VERDICT）。仅仅是一个夜晚，马不停蹄地写，被一种几乎无控制的想象力驱使，后来这种写作方式演变为超现实主义者手中的程式化手法，又叫"自动写作"。它允许潜意识从理性的监视下解放出来，允许想象力爆发。

试着玩玩这种超现实主义提倡的"自动写作"：找一张纸，找一个随意的空间，随意写下去，想到什么写什么，究意会写出什么东西呢？会不会很奇怪？会不会很无厘头？通过自动写作，找找下笔千言行云流水的感觉，让自己的心灵来个彻底解放吧！

18、鸡蛋牌缝纫机

你听说过鸡蛋牌缝纫机么？它会是什么样？
这是瑞典的创意专家哈恩提出来的一个方法，要求用鸡蛋来改造缝纫机。意思是说，在鸡蛋里发现一些有趣的原理、现象，然后把它应用到对一台缝纫机的改造。
现在请先想一想，能有什么方法呢？

例如：
鸡蛋可以生小鸡——在缝纫机里再放一个 Mini 缝纫机，人们出们时就可以只带着了小的了
鸡蛋圆圆的很可爱——把缝纫机也做成圆形，没事还可以滚着玩
鸡蛋可以打碎——把缝纫机做成一些小模块，可以自己拆碎和组装
鸡蛋中间有鸡蛋黄——把线团放到缝纫机的最中间去
缝鸡蛋不能用缝纫机——发明一种可以缝鸡蛋的缝纫机，甚至把鸡蛋鸭蛋缝在一块
鸡蛋可以吃——发明可以吃掉的缝纫机
炒鸡蛋是人人会做的菜——发明自动缝纫机，设计几套程序，人人都能缝出好看的衣服
用缝纫机生产鸡蛋——或者缝纫机缝制鸡蛋娃娃
……

不想不知道，一想吓一跳，原来可以想这么多，请继续努力吧！

19、手机牌汽车

这个训练和上一个是“双胞胎”，道理是一样的。请试着用手机的原理/现象来改造汽车。

手机能随身带——发明一种能放在裤兜的汽车
手机能充电——发明能充电的汽车，这样就省汽油啦
手机有触屏——汽车也改成完全触屏式操作（会不会出车祸？）
手机能免提——发明口头操控的车，所以坐在车里要大喊：开车！慢！加快！左转！哈……
手机可以和人保持联系，设置亲友号码——将另一辆车设置成最亲密车，随时显示那辆车的位置、情况
手机可以有不同的铃声——汽车的喇叭可以更有趣：“嘿，老板，请让一下！”
……

你也可以找到一样东西来改造你的产品或服务，相信会有很多意想不到的收获。

20、斯坦福大学的“铁管问题”

在我喜欢的大前研一的书里发现一个有趣的训练，是斯坦福大学制定的打破固有观念的教学内容，其中有这样一道题：
有一根深深插在地里的铁管，它的内径基本与乒乓球相同，长 60 公分左右。
假如有人不慎把一只乒乓球掉进了铁管里，这里有许多能取出乒乓球的工具，大家将如何利用它们将乒乓球取出来呢？提供的工具有电灯的灯丝、线、铁丝、木板、锯、锤子，条件是不能把乒乓球和铁管弄坏。

请大家试着想想，过两天后我公布答案:)

答案：撒尿

我很羡慕大家，能够有时间好好想想这个问题。我因为看书时，很容易就可以看到答案，所以没有这样的机会思考这个问题，让我感觉很遗憾。
其实只要能取出来的办法，应该都是正确的办法，甚至还有朋友回答干脆不要那球了，也不失为一个绝妙地办法。
不知道最后一个网友怎么想到的撒尿，在大前研一的书里给出的答案就是撒尿，当然有个朋友回答用水，也应该很对了。

这道题的关键是，如何打破固有观念，以下是原文的一些解释：
我如果对大家说是撒尿，你们当中有人会板起脸说，大前先生还用“撒尿”这个词儿。这就是固有观念，不论什么事，总有人会后悔地说我也是那么想的，但没说出 来，这样的人在事业上就不会成功。说那个主意我也想过，但事后才说那将毫无意义。结婚也一样，说那个女孩儿我也觉得挺好的，但没去行动还不是等于零？
在斯坦福大学打破固有观念的讲义中，这类型的提问有 20 来个，不断思考这类课题，大脑也许会变得有些怪怪的，但正因为有这样的训练头脑才能变得灵活。
我想说的是以下这种情况：习惯在原野生活的智者，即使你告诉他有线和绳子等工具，他也想不到去使用。但生活在城市中受到良好教育的人，你告诉他有工具，他就会一味地去从这

些工具中寻找答案。

21，如果反项收费

昨天突然想到一个有趣的问题：
现在手机实行的都是单项收费，也就是接听所有来电都是免费的。
如果反过来呢？也就是说接听任何来电都是收费的，而打任何电话都是免费的，那会出现什么现象呢？
如果真的实现了这种反项收费，那会出现一系列有趣的事，你想到了么？

22、用耳朵写音乐

有一次，我偶而在电台上听到一首奇怪的曲子，这种曲子是我从未接触过的，尤其是那件乐器也不知道是什么东东，声音古老而透彻，呜呜咽咽大有夜哭之意。我感 到内心有某种东西被震动了，于是我拿起笔写下这首曲子所描述的场景，同时也写下我听到这曲子的感觉。比如“我感觉有另一个我，从身体里慢慢浮起来，浮到某 个古代的夜林中……”
后来才知道，那种乐器叫做埙。

于是我把这个经验衍申为一个创意训练的方法：写音乐
请找到一首你没听过的纯音乐作品——比如巴赫或帕格尼尼的作品，或者有首叫《离弦》的曲子也不错——请一边听音乐一边写下你想象的场景，尽可能放下一些既有的想法，只在音乐中去找感觉。
音乐，这种声音如何用文字表达？它带给你怎样的想象？有什么很细微和奇妙的东西藏在其中？这是这个创意训练法的美妙之处。
——把你的耳朵变成笔，现在就试一试吧！

23、Sony 的下一件产品

是在午后，我在撰写 Sony 的企业文案，通过这个 Brief，我才了解到 Sony 的伟大，他们生产了世界是第一台电视、第一个 Walkman 等等，他们开创了众多第一，并在许多领域都取得了重量级地位，如游戏机、电视、相机等。
我一边在写的时候，一边问自己，即然他们发明了电视机、Walkman、游戏机，他们下一个发明的产品会是什么呢？
当时我只是那么一想，就下了结论：没什么，好象没有什么了，他们只能把现有的东西做好。这一想当然的结论令后来的我脸红。因为这一态度和一个创意人相去甚远。枉负了创意人这一“光荣称号”。

后来的一天，我终于意识到 Sony 还会有很多发明。
这对于我是一件很畅快的事，因为我真正意识到创意是没有穷尽的，不是想当然的。
这才是一个创意人应有的观念。

好了，请大家帮我一起想想 Sony 还会有什么新产品出来，让我能够更兴奋些吧：）

24、背着一袋修辞手法的长颈鹿

复习一下修辞手法吧，长期不用的话，就会遗忘了，温习一下，又会有些新的体会。
首先写下一句话，如"一只长颈鹿走过大街"，然后用常用的修辞手法来把这句话逐一进行改写。
常见的修辞手法有：
比喻类：明喻、暗喻、借喻、博喻（又名复喻）、倒喻（又名逆喻）、反喻、互喻（又名回喻）、较喻（又名强喻）、饰喻、引喻；
白描、比拟（又名比体），避复、层递、衬托（分正衬、反衬）、倒文、倒装、叠字、顶真（又名联珠）、对比、对偶（又名对仗、排偶）、翻新、反复、反问、反语、仿词、仿化、飞白、分承（又名并提、合叙、合说）；
呼告、互体、互文、换算、回环、回文、降用、借代、设问、排比、拈连、摹绘（又分为：摹形、摹声、摹色）、列锦、连及、夸张、警策、示现、双关、重言、指 代、用典、引用、移用、谐音、歇后、象征、镶嵌、析字、委婉（又分为：迂回语、谦敬语、避讳语）、婉曲、通感（又名移觉、移就）、跳脱、转类、复踏。

ok，现在开始：
原句：一只长颈鹿走过大街

明喻：一只长颈鹿象一块破布一样，缓缓走过大街
暗喻：走过大街，那只长颈鹿成了一位哲人
借喻：一本巨大的童话书走过大街
博喻：一只长颈鹿走过大街，象高楼，象梦，象刚买了新衣服的女人。
倒喻：犹如一阵龙卷风，一只长颈鹿走过大街
反喻：长颈鹿走得很慢，可不象羚羊那样一眨眼就跑得不见了。
互喻：风吹着稻谷，沉重的晃动着，正如那只长颈鹿；长颈鹿晃动着，正如风中的稻谷。
较喻：长颈鹿走得真慢啊，连蜗牛都不如
饰喻：那一只刀片似的长颈鹿，走得如此孤单。
引喻：一只长颈鹿走过大街，总是很轻闲；正如公园里的人们，总是踱着方步。

白描：一只长颈鹿，高八尺，慢慢的，走过大街
比拟：一只长颈鹿，嘴里念念有词，唱着一支忧伤的歌。
避复：一只长颈鹿，左脚一伸，右脚一蹬，慢慢走过大街。
层递：一只长颈鹿走过白天，走过夜晚，走过漫长的大街。
正衬：长颈鹿如此高大，使那大街显得更加宽阔。
反衬：长颈鹿如此高大，使那大街显得更加窄小。

倒文：一只大街走过长颈鹿。
倒装：走过大街，是那只长颈鹿。
叠字：一只大街走过长颈鹿，走走停停，瞧瞧看看。
顶真：一只长颈鹿在走，走过了大街。
对比：有的长颈鹿走着，它已经停下，有的长颈鹿停下，它还在走着。
对偶：缓步轻蹄忘路人，抬头昂首过大街

创意训练的 100 个方法

翻新：一只长颈鹿空着手走过大街，感觉非常艰苦朴素。
反复：走着，走着，走着，长颈鹿感觉自己就要倒下了。
反问：一只长颈鹿正在走过大街，这还用怀疑么？
反语：长颈鹿踩踏行人的功夫，随地大小便的美德，真是可以让人学习一生啊！
仿词：一只长颈鹿的脖子很长，真是脖古通今啊。
仿化：过街日当午，汗滴鹿觉苦。

飞白：一只长惊鹿走过大的大街。
分承：长颈鹿奔跑着或散步着，走过大街和草原。
呼告：长颈鹿啊，你好厉害，竟敢赤手空拳走过大街。
互文：纽约的街，东京的道，长颈鹿独自走过。
互体：长颈鹿在欲望中扭动着，大街在人群中呐喊着。
换算：一只长颈鹿的脖子有多长？和这条大街一样。

回环：长颈鹿颈长
回文：长颈鹿，鹿颈长
降用：一只长颈鹿走过大街，走进了和谐社会。
借代：一只脖子走过大街。
设问：一只长颈鹿闲得无聊么？是啊，不信你看，它正走过大街。
排比：周杰伦走来了，蔡依琳走来了，长颈鹿走来了。
拈连：长颈鹿走着，无边的寂寞也走着。

摹绘：一只长颈鹿 PiaPia 的走过大街。
列锦：长颈鹿，人群，风，流星。
连及：长颈鹿知道这条大街的长短。
夸张：别看长颈鹿很高大，胆子小的象芝麻。
警策：一只长颈鹿迟早要过“走过大街”这一关，就象一个议员迟早要面对众人进行演讲。
示现：我仿佛看到那长颈鹿走在飞机上，象一位空姐，为每一个顾客倒上一杯体贴的饮料。
双关：人生，有时候有鹿，有时候无鹿，全看个人的时机与运气。

重言：长颈鹿大大小小，长长短短，走走跑跑。
指代：长颈鹿的身边，走着一些帽子，走着一些裙子。
用典：一只长颈鹿，走过零丁洋。
引用：瘦死的骆驼比马大，再小的长颈鹿走过大街，也还是要被人围观。
移用：一只繁华喧嚣的长颈鹿走过大街。
谐音：一只唱经鹿走过大街，多么安祥。

歇后：长颈鹿过大街——横竖都是路！
象征：长颈鹿高傲的走着，不怕世俗的嘲笑。
镶嵌：长颈之鹿，长鹿之颈。
析字：一只长颈鹿走过大街，走召弓虽。
委婉：一只长颈鹿长得很有勇气，走得很有骨气。

婉曲：一只长颈鹿走过大街，怕是要迎接鸡蛋和西红柿的问候了。

通感：一只长颈鹿走过大街，空气中充满了草原的气息。
跳脱：这只长颈鹿其实已经走过这条大街，你还记得上一次……
转类：夜色色路，路灯灯人，一只长颈鹿走过大街。
复踏：孤单的长颈鹿，哭泣的长颈鹿，无言的长颈鹿，走过大街。

花了两天的时间，终于兴致勃勃地把每个修辞的意思弄懂，并且再消化成为自己的语言。感觉修辞手法真的很多样，虽然训练的过程有些辛苦，但收获很大。修辞手 法比较重要，如果一般的文字欣赏者可以忽略，但做为专门以文字为生的我们确实应该掌握。现在写的这些还不是最全的，因为其中有些修辞的意思实在是搞不懂 了，所以删去了。另外其实每个修辞还会有细分的小类别，这里并没有体现出来。另外在训练时先求准确，再求精彩，也就是先把那个修辞写对，然后再尝试把修辞 写得更好。修辞的训练值得尝试至少 3 次，让每个手法成为自己的常用方法，为我所用，可以为语言增加不少趣味和魅力。正如一个战士，需要学会步枪，也要学会 刺刀、炸弹等各种武器，才是合格的战士。看哈，我已经不知不觉又在应用了！

再列几个训练的句子：
一个芭蕾舞演员在天上跳舞。
一块石头在雪中沉默着。
一群猪正在举行联欢会。
==

25、何六训练法

何六是一个人，住在何家村，是何家的老六。
话说此人天生智商极高，思维极富理性和创造性。
并且，何六的创意训练法亦很神奇。
呵，其实何六不是一个人，那它又是什么呢？要搞清楚这个，首先要弄清 5W1H。

5W1H 是一种分析方法。5W 就是指 What、Who、Why、When、Where，1H 是指 How，5W1H 就是指原因（何因）、对象（何事）、地点（何地）、时间（何时）、人员（何人）、方法（何法）这六个方面提出问题进行思考。
上面说的何六，其实就是这个。

5W1H 是一种思考方法，更可以说是一种创造技法。
不知你有没有玩过 5W1H 法罐子游戏，就是找来六个瓶子，然后让大家每个人写“何六”中的一个放在指定的罐子里。然后再从每个罐子里取出一个纸条来，连成一句话。如：

When	Who	Where	How	What	Why
早上 8 点	小李	在洗手间	干劲十足地	吃了一块蛋糕	因为老师批评了他

因为每个人写的不同，又是随机凑在一起，所以会很有趣。（这个游戏还有个简单版是只用人物、地点、事件三点来玩。）而游戏的关键点在于大家发挥想象力，把这 6 个元素每个都写得好玩一些。凑在一起就更离奇了。

另外，这个训练法其实也是一个重要的创意方法。记得好象是王懿行说过：在创作影视片的时候，只需将时间地点人物等换掉一项，那就是创意了。
再拿上面的句子做例子，让我们尝试一下每次换掉一项：

原句：
When Who Where How What Why
早上 8 点 小李 在洗手间 干劲十足地 吃了一块蛋糕 因为老师批评了他

换项 1：
耶稣诞生的时候 小李 在洗手间 干劲十足地 吃了一块蛋糕 因为老师批评了他
点评：小李还和耶稣有一腿？

换项 2：
早上 8 点 周杰伦 在洗手间 干劲十足地 吃了一块蛋糕 因为老师批评了他
点评：怪不得口齿不清，原来因为老吃蛋糕，哈

换项 3：
早上 8 点 小李 在鲸鱼的肚子里 干劲十足地 吃了一块蛋糕 因为老师批评了他
点评：那老师在哪？是不是在鲸鱼的肠子里？

换项 4：
早上 8 点 小李 在洗手间 哭爹喊娘地 吃了一块蛋糕 因为老师批评了他
点评：呵，就吃了一块蛋糕，没必要这么激动吧！

换项 5：
早上 8 点 小李 在洗手间 干劲十足地 抓住一只老虎 因为老师批评了他
点评：这洗手间真够大的

换项 6：
早上 8 点 小李 在洗手间 干劲十足地 吃了一块蛋糕 因为火车刚刚经过故乡
点评：小李坐过站了？

ok，再在把刚才所有换项全部放在一起：
耶稣诞生的时候 周杰伦 在鲸鱼的肚子里 哭爹喊娘地 抓住一只老虎因为火车刚刚经过故乡
点评：My God，有点神经错乱，看来离精神病院不远了:)
==

26、庞德训练

这里说的庞德不是《三国演义》里的飞将军，而是美国诗人埃兹拉·庞德（Ezra Pound）。这个庞德虽然不是中国的，但对于中国文化很有研究，他在中国古代诗歌尤其是唐诗中得到不少的启发，后来因而开创了意象派（imagism）诗歌。
今天我们要做的训练，和他最著名的诗有关，那是意象派诗歌的代表作《在地铁站》（In a

Station of the Metro）：
The apparition of these faces in the crowd;
Petals on a wet, black bough.

翻译：
人群中那些隐现的脸；
潮湿黝黑的树枝上的花瓣。

《在地铁站》仅两行 14 个字，它是庞德根据在巴黎协和广场地铁站的印象写成的。虽然很短，但庞德最后落笔定稿前经过相当一段时间的酝酿和推敲。
在地铁站庞德眼前闪过一张张美丽的脸。在归途中，这些脸在他眼前反复出现，直到最后他们逐渐变成了一片片彩色印花色底。这时他产生了一个念头，要作出一幅 纯粹表现色彩的斑斑点点的非写实主义的画，但他不会作画，只能以诗代之。诗的两行互相依存。apparition 是幻象、幽灵，使人们联想到来来往往的乘 客的一张张脸。第二行的 petal 花瓣则传递了美的信息。这一信息由于有深色而又带湿气的树枝的反衬而变得突出鲜明了，同时也给人以模糊重叠之感，意境也 就更丰满了。
此诗酷似 19 世纪法国印象主义画派作品，如反复诵读，读者能勾画出一幅色彩丰富的画面。以湿润的黑色树枝上挂着的花瓣来比喻他眼前所闪现的脸反映出诗人令人折服的想象力。

知道了这个好玩的技巧，就“戏法人人会变”了，让我们模仿他的这种句式也来搞它几句吧，甚至把它用在你最近写的广告中，不也是很有趣的事情么？

在公车上：
那些晃动的睡着的人们
河面上顺流而下的落叶

在商场里：
那些逛来逛去就是不买的人们
围着稻草人飞来飞去的乌鸦

在电脑中：
那些隐藏的看不到的文件
士兵藏在靴子上的，备用的短刀

在楼盘里：
那些住进来的幸福的人们
一只准备冬眠的松鼠

在电视前：
那些看了广告什么也没记住的脑袋
一个注定要离家出走的少年
……
==

创意训练的 100 个方法

27、熟读《广告档案》

俗语有云："熟读《档案》三十卷，创意会上不丢脸。"而这里的"档案"就是指赫赫有名人人尽知的《广告档案》。
从这句俗语可以看出熟读《广告档案》的重要性。创意会上大都是高手过招，所以创意手法的多变才是这过招中至关重要的。而所谓高手之间的默契，往往也是因为 相互之间所占有作品的相似性。因为大家都看过某张稿子，所以只要稍一提到"对了，我想到 XX 那张稿子"，高手之间立刻心领神会，会心一笑，那确是一种美妙 感觉。不用费力解释，不用介绍背景，双方已经尽领其中真意，直奔适当的表现手法而去了。
而没有熟读《广告档案》的家伙，呆坐在那里，象个木头一样，只会看着别人的创意层出不穷，大张着嘴巴羡慕不已，真是"书到用时方恨少"。

读《广告档案》的方法有两种：
一是倒推策略，从前我的同事有很多用这种方法来训练的。这个方法就是从一张稿子倒推回关于它的单一诉求点、要解决的问题等，从而推出背后的整个策略。这样从一点发散开来，甚至可以填写出此稿当初的 Brief，就象默写出了高手所习的《九阴真经》，所以很有偷窥的快感。
二是手法概括，这是更重要更重要的方法，比第一种重要得很多很多，而真正这样做的人并不多。这个方法就是通过一张广告能总结出它的创作手法是什么，比如比 喻，夸张，图形合并等等，如果这一手法没有一个公认的名字，那就要麻烦你自己给他起个名字，从而将之放入自己的武器库内，下次再见到，就会似曾相识，到第 三次就会熟练应用了。

如果手边没有《广告档案》，那么可以找 one show，D&D 等获奖作品集，或者可以直接上世界广告网 http://adsoftheworld.com，这里有全世界最新最好的广告，每天更新，速度之快，根本看不完。虽说都是英文的，但用翻译软件完全可以搞掂啦！而且还有影视作品，也可以用此法进行训练，真是一举两得。
关于影视方面，还有公认的 shots 这样的顶尖影视广告杂志，因为正版超贵，所以你可以很不道德的去买盗版，然后拿回家很道德的训练。

28、画中人

作为一个创意人，画面感至关重要。而这种画面感不应该只是简简单单的一般感受，我们应该仔细打磨，使这种画面感异常的敏锐、精致、细腻，从而使画面感处于一定高度。
"画中人"这个词的原意是指从画中走出来的人，为现实世界带来的改变。而在这个训练，我们将这个意思反转过来，让现实中的人走到画面中去，在画面里体会画面的一切细节。

具体的方法是，找到一张自己喜欢的图片，然后纵身跃到画面中去——当然要来真的，一定要跃进画面中——进入画面中以后，通过身临其境的对画面的细节进行细 致的观察，在观察时采用六感的方法，这六感是指：视觉、听觉、触觉、嗅觉、味觉、心感（第六感、心灵感等），从而获得对画面的更深理解。
好，现在让我们以下面这张名为《吹响贝壳》的图为例。

让我们跃入此图，然后给自己一系列的问题，仔细回答，并且问题以六感分类：
视觉：

创意训练的 100 个方法

从画面的阴影看来，太阳来息哪个方向？是否有云层的遮挡？
画面人物的白色衣服是新买来的，还是穿了一段时间？穿了大约有多久？
草地的绿色证明这是什么季节？
河水够清澈么？有没有污染？
贝壳的纹路是怎么样的？象什么？

听觉：
贝壳的声音是怎样的？
是如泣如诉？还是婉转悠扬？还是快乐开心？
水击打岸边的声音是怎样的？
风的声音呢？
远处有没有其它的躁音？

触觉：
贝壳的触感是怎样的？上面有没有砂粒？
吹起贝壳的气流是怎样的？
那件白色衣报披在身上的感觉是如何？柔软？还是稍硬？
草地有多厚？
踏在上边的感觉如何？
水温如何？

嗅觉+味觉：
风中是否有水的潮湿味道？或者有海水的咸味？
是否有青草绿树的味道？

心感：
人物的情绪如何？是有一些忧伤？还是倦怠？
吹奏者的感觉如何？
后边的那些沉思默想的人到底在想什么？
是为亲人祈愿？还是想着今天的午餐？
那个靠近水边的男人，为何站得远离人群？
他是否在想念远方的恋人？
……

这一训练的重点在于，对于画面的切身感受，仿真实的感受，多角度感受。这有利于想象力的扩大，让创意的触角更敏锐。



在哥伦比亚的圣玛尔塔内华达山脉，阿尔瓦科印第安领导人 Arwa Viku，在 Sumapaz 国家公园的 Los Tunjos 湖边用贝壳吹奏。

29、众神喧哗

找到任何一个需要解决的问题，然后列出一长串的名单，名单中包括各类的哲学家、小说家、诗人、导演、演员、卡通人物、老师、公务员、律师等等。然后再写出 每个人物对这一问题的看法，你会发现因为每个人的出点都绝然的不同，所以每个人的看法都非常有趣。正如在一条流动的河流上，四处浮现的石块，有着不一样的 棱角和光泽。这个游戏一开始就充满了无限开放的可能性。
下边是一个著名的"公案"：一个人写下了"鸡为什么过马路？"这样一个问题。
然后又写下了一长串名单。
然后又写下每个人物对这个问题的看法：

鸡为什么过马路？
1、柏拉图：为了更高的理想！
2、亚里士多德：为了实现它潜在的能力。
3、伊壁鸠鲁：为了好玩。
4、皮浪：什么马路？
5、之诺：为了证明它永远走不到马路对面。

6、佛陀：你之所以提出这个问题，那是因为你不懂得鸡的本性。
7、休姆：它想打破常规与习俗。
8、马克思：这是历史的必然。
9、尼采：因为如果你一直凝视着马路不动，马路就会走到你这边来。
10、荣格：简而言之，这是一种同步性。对普通读者而言，这样说或许深奥了些，但事情恰恰就是这样发生了。
11、萨特：为了实现自己的选择，鸡必须走过马路。

12、维特根斯坦："走过"这个词意味着必须有"一样东西"在走，在"什么地方"上走，"一只鸡走过马路"实现了这个句子的潜在意义。
13、弗洛伊德：它有死亡的本能。
14、斯金纳：因为小鸡的中枢神经从小受到外部环境的不断刺激与影响，从而使得它走过马路的这种行为与它的自由意志无关。
15、爱因斯坦：是鸡走过马路，还是马路走过鸡？这取决与你所选择的参考系。

16、海森堡：首先必须假定这只鸡走的速度，如果它走得实在太快了，我们便无法确定这只鸡到底是从哪一头走到哪一头。
17、达尔文：鸡从林子里走出，它自然而然的走过马路。
18、萨尔瓦多·达利：你说的是鱼吧！
19、埃米莉·迪金森：因为它克制不住死亡的冲动！
20、爱默生：它并没有走过马路，它只是超越了马路。
21、歌德：永恒之母鸡，领导公鸡走。
22、海明威：下雨了，这只鸡不要命了。
23、罗纳德·里根：以前我知道为什么，但现在我忘了。
24、马克·吐温：说一只小鸡冒死走过马路，太夸张了吧。
25、华兹华斯：为了像一片云一样，孤独地散步。

26、济慈：为了不让哲学家剪去它身上的翅膀。
27、布莱克：为了去看野鸡身上的天国。
28、斯威夫特：当然，像人这样种肮脏的、讨厌的、低等的动物，对于鸡这种高贵的举止，他们是会有这样的好奇心的。
29、卡夫卡：漫长的诉讼终于结束了，为了及时赶上城堡里举行的审判，保险公司小职员变成了一只小鸡，冒死走过马路。
30、哈姆雷特：走，还是不走？这不是一个问题。
31、教父：我不会让鸡妈妈看到它这么做的。
……

这个游戏可以无限的持续下去，尽管加上你喜欢不喜欢的人物吧，用他们的想法来打破思维的平衡。
或者再换一个自己感兴趣的问题，让答案更切中你的要害。

30、朗读诗歌

上一次我们选了十几首诗，找了一个有阳光的下午，一起朗读这些诗。
这是一次有趣的经验，让我们可以脱离日常生活的约束与诗神约会，在工作的时候得到诗神的指点。
正如《死亡诗社》所描述的那样：一个神秘的团体，在世人不知的角落里以诗的名义聚会。在诗里，我们的日子得以升华。
朗读诗歌所选的诗要尽量有趣，不矫情，适宜大声朗读，易懂，让听者能迅速进入情境。我们所选的都是当代诗歌的优秀作品，从北岛开始的朦胧诗派的几首，以及从韩东、于坚开始的第三代诗派的几首。有的诗有些怪异，有的诗又十分滑稽，令人捧腹。
在朗读以后我们又一起回味了一下自己写诗的日子，以及关于诗歌的经历。

这个训练的目的是借助诗与生活的差异化，来提升想象力和创造力的极限。
这个训练一个人也可以进行，试着在家里，做一次关于诗的个人朗读会。那些假想的听众也会心有灵犀的。
以下是我们所选的一首白连春的诗，他写的南瓜和草间弥生创作的南瓜真是大大的不同呢！

《南瓜》

南瓜离我们越来越远了
在冬天 想南瓜的时候
只能站在金边细白花碗上
粗粗地喊一声
我们的南瓜不知躲入那片草丛
使那个割草女的手指突然
热气腾腾 充满甜味
乡下 土地一日一日空洞起来
但南瓜哪里去了
没有人关心
我也只是在想吃南瓜的时候
才记起它的圆它的累累斑痕
它的花灿灿的 很好看 一点没错
南瓜是和硬硬的红米饭
一起消失的

32、如果鱼没有登陆

好了，让我们继续创意训练的漫漫征程吧。
在《创意训练的 100 个方法》的第 2 个方法时，我们提到了科幻小说训练法的第一个方法：如果……会怎样？
今天我们进行的是科幻小说训练法的第二个：过去式假设，这个方法的基本公式是：如果当初没有……会怎样？
我们拟定的题目是：如果当初鱼没有登陆，会怎样？
释题：
进化论的观点认为：生物进化是从水生到陆生的过程。
生物进化的大致过程是这样的：单细胞生物——多细胞生物——无脊椎动物——脊椎动物（鱼类）——两栖类动物——爬行动物——鸟类——哺乳动物——灵长类动物——人类……
其中从"脊椎动物——两栖类动物"这个过程出现了一个重大的变动，那就是脊椎动物登陆。
脊椎动物是古代的鱼类，他们生活在水中，后来由于地球气候变化，湖水、池塘等干涸，古代鱼类中的总鳍鱼类，经过漫长的岁月，演变成原始的两栖类，从而脱离水生环境，而变为陆生动物。

那么，如果当初鱼类没有登陆，而是在水里继续演变并最终进化成了人类，会怎么样呢？今天我们的生活又会有什么不同呢？
请写出你的一些大胆设想，越多越好。
提示：

在写的时候，不要一行一行的写。
采用思维布赞术的方法，在中间写上你要想的主要想法（main idea），然后拉出线，写出你的想法。（参考《创意训练的 100 个方法》之第 2 个方法）

做这个训练时，也可以想一些类似的题目：
如果当初古人没有发明象形文字会怎样？
如果当初没有孔子会怎么样？
如果当初二战中中国没有胜利会怎样？
如果当初中国没有进入网络社会会怎样？
如果……

33、如果雨一直下

科幻小说训练法的第三个方法，持续假设，其基本公式是：如果……一直持续下去会怎样？
很多科幻小说家对于人类的未来比较担忧，所以会做这样的假设：如果人类一直高速发展下去
会是怎样？如果一直破坏环境会怎样？如果继续浪费水资源会怎样？……
回到我们的训练，我们不需要象科幻小说那样关心人类，我们关心的是创意的多样化。
此刻，正在下雨，自然想到了这个命题：
如果大雨一直持续下去会怎么样？
在《旧约·创世纪》中说：“大渊的源泉都裂开了，连续 40 昼夜的大雨降在地上，天上的高山都淹没了……”
如果大雨不止是连续 40 昼夜，而是一直持续下去会怎样呢？
我们的生活会发生哪些细微的、巨大的变化呢？

如果大雨一直持续下去会怎么样？
请写出你大胆的设想，越多越好。

34、提问题

学会提问题是解决问题的第一步。因为许多答案就藏在问题里。
例如：冰岛火山灰造成影响。
针对这句话，你会提出哪些问题？
提的问题越多，思考的越深入。

或者，你可以借助下面这个提示表：
1、相关
2、清晰
3、假设
4、真实
5、原因
6、结果
7、措施
8、离题

根据这个提示表进行提问，或许可使问题更为全面，如：
1、相关：搞清基本相关信息，如：冰岛在哪？火山灰是什么？火山灰的影响是什么？
2、清晰：使问题清晰化，如：会造成哪些影响？
3、假设：做一些预测或猜想，如：如果火山灰来到中国上空会有什么影响？
4、真实：来源是否真实，如：这是真的么？
5、原因：为什么会这样，如：为什么冰岛火山灰会造成影响？
6、结果：后果如何，如：影响会造成什么后果？
7、措施：有何方法，如：采取什么方法可以避免影响？
8、离题：绕过原句，改问其他问题：冰岛有哪些火山？

35、观众工人论

“观众工人论”对看电视这一人类行为进行了重新定义，“观众工人论”是指观众看电视是来做工的，他一坐下来打开电视机就开始上班了，他的工作内容就是看广告，看广告得到的奖赏就是会给他看一段节目。
在这个观点中，叙述者采取了不同寻常的角度来看待看电视这一行为：本来看电视就是看电视节目，而看广告则属于不得已而为之。而“观众工人论”使这一观点改 变了，节目不再是最重要，广告才是关键。这样的观点并非哗众取宠，而是点出了事实的另一面，那就是广告在某种程度上决定了电视的运行。正象有些付费电视频 道就没有广告，你如果想打看广告这份工，那么只有自已花钱买单了。
这是思考中切换角度的方法，我们可以按此方法对身边的事物进行重新思考，得出自己的观点：
例如：
现象：看电视
侧重点：电视与广告的关系
原观点：节目第一论，即观众是以看电视节目为主，电视广告为辅。
借用概念：打工
新观点：观众工人论，观众看广告打工，酬劳是看电视节目。

其中借用概念这一步是比较重要的，需要运用发散式思维进行寻找。可以不遵循逻辑，随意得出结论。因为试验的过程更重要。

现象：喝水
侧重点：水和身体的关系
原观点：水是身体的必需品，维持生命的必需元素。
借用概念：乐器
新观点：身体乐器论：水是一个音乐爱好者，身体是一件乐器，水来到身体里是为了演奏一段音乐，

即水流过身体的声音，每个身体的声音都不同，所以水有了不同的曲子。

这样的观点是否具有禅宗顿悟的色彩。

现象：听歌
侧重点：歌曲和人的关系

原观点：人听歌是为了消遣
借用概念：罐头
新观点：歌曲罐头论：歌曲把人当时的青春记忆、美好心情、伤感欢乐等情绪进行打包，封存起来，
　　留待未来进行回忆。

请按此方法解释以下各现象：送花、种田、跳伞、外星人、吃饭
现象：
侧重点：
原观点：
借用概念：
新观点：

36、奥斯本与杯子的九种变化

奥斯本检核表法，通过 9 大问题来发散思维，检验创意是否全面。
基本做法是：首先选定一个要改进的产品或方案；然后，面对一个需要改进的产品或方案，或者面对一个问题，从下列角度提出一系列的问题，并由此产生大量的思路；第三，根据第二步提出的思路，进行筛选和进一步思考、完善。
一．可以引入吗？是否能够从其他领域、产品、方案中引入新的元素,新的材料、新的造型、新的原理、新的工艺、新的思路，以改进现有的方案或产品
二．可以替换吗？是否能够用其他东西或替代现有的产品、方案或其一部分
三．可以添加、增加、扩大吗？是否能够增加一些元素，或者使现有的元素的数值增加，比如新的材料、色彩、加大
四．可以减少、缩小吗？是否能够通过缩小某一要素的数值，比如长度、体积、大小、容量，或者减少一部分成分，来实现改进
五．可以引出吗？可以将该产品或方案的原理、结构、材料、成分、思路等用于其他地方吗？
六．可以改变吗？可以改变该产品的名词、动词、形容词属性和特征，以实现改进吗？
七．可以逆反吗？能否在程序、结构、方向、方位、上下、左右等方面逆反，以实现更好的效果
八．可以组合吗？能否把现有的产品或方案，与其他产品或方案组合起来，以形成新的思路？
九．可以用于其他领域吗？本产品或方案，能否用于其他领域，扩大用途，或者稍作变化后用于其他领域或其他用途
利用奥斯本检核表法，可以产生大量的原始思路和原始创意，它对人们的发散思维，有很大的启发作用。当然，运用此方法时，还要注意几个问题。它还要和具体的 知识经验相结合。奥斯本只是提示了思考的一般角度和思路，思路的发展，还要依赖人们的具体思考。运用此方法，还要结合改进对象（方案或产品）来进行思考。 运用此方法，还可以自行设计大量的问题来提问。提出的问题越新颖，得到的主意越有创意。
奥斯本检核表法的优点很突出，它使思考问题的角度具体化了。它也有缺点，就是它是改进型的创意产生方法，你必须先选定一个有待改进的对象，然后在此基础上 设法加以改进。它不是原创型的，但有时候，也能够产生原创型的创意。比如，把一个产品的原理引入另一个领域，就可能产生原创型的创意。
奥斯本检核表法具体细则共分 9 大类 75 个问题。奥斯本的检核表法属于横向思维，以直观、直接的方式激发思维活动，操作十分方便，效果也相当好。

创意训练的 100 个方法

下述九组问题对于任何领域创造性地解决问题都是适用的，这 75 个问题不是奥斯本凭空想象的，而是他在研究和总结大量近、现代科学发现、发明、创造事例的基础上归纳出来的。

一 1 有无新的用途?
 2 是否有新的使用方法?
 3 可否改变现有的使用方法?

二 4 有无类似的东西?
 5 利用类比能否产生新观念?
 6 过去有无类似的问题?
 7 可否摹仿?
 8 能否超过?

三 9 可否增加些什么?
 10 可否附加些什么?
 11 可否增加使用时间?
 12 可否增加频率?
 13 可否增加尺寸?
 14 可否增加强度?
 15 可否提高性能?
 16 可否增加新成分?
 17 可否加倍?
 18 可否扩大若干倍?
 19 可否放大?
 20 可否夸大?

四 21 可否减少些什么?
 22 可否密集?
 23 可否压缩?
 24 可否浓缩?
 25 可否聚合?
 26 可否微型化?
 27 可否缩短?
 28 可否变窄?
 29 可否去掉?
 30 可否分割?
 31 可否减轻?
 32 可否变成流线型?

五 33 可否改变功能?
 34 可否改变颜色?
 35 可否改变形状?
 36 可否改变运动?
 37 可否改变气味?
 38 可否改变音响?
 39 可否改变外形?
 40 是否还有其它改变的可能性?

六 41 可否代替?
 42 用什么代替?

43 还有什么别的排列?
44 还有什么别的成分?
45 还有什么别的材料?
46 还有什么别的过程?
47 还有什么别的能源?
48 还有什么别的颜色?
49 还有什么别的音响?
50 还有什么别的照明?
七 51 可否变换?
52 有无可互换的成分?
53 可否变换模式?
54 可否变换布置顺序?
55 可否变换操作工序?
56 可否变换因果关系?
57 可否变换速度或频率?
58 可否变换工作规范?
八 59 可否颠倒?
60 是否颠倒正负?
61 可否颠倒正反?
62 可否头尾颠倒?
63 可否上下颠倒?
64 可否颠倒位置?
65 可否颠倒作用?
九 66 可否重新组合?
67 可否尝试混合?
68 可否尝试合成?
69 可否尝试配合?
70 可否尝试协调?
71 可否尝试配套?
72 可否把物体组合?
73 可否把目的组合?
74 可否把特性组合?
75 可否把观念组合?

应用奥斯本检核表是一种强制性思考过程，有利于突破不愿提问的心理障碍。

一只玻璃杯的改变检核表：

一． 可以引入么：纸杯 一次性杯 竹木制杯 可食杯 塑料杯
二． 可以替换么：自热杯 磁疗杯 保温杯 电热杯 音乐杯 防爆杯
三． 可以添加、增加、扩大吗：不倒杯 防碎杯 消防杯 过滤杯 多层杯
四． 可以减少、缩小吗？ 微型杯 超薄杯 可伸缩杯
五． 可以引出吗？系列装饰杯 高脚杯 口杯 酒杯 咖啡杯
六． 可以改变吗？塔形杯 动物杯 防溢杯
七． 可以逆反吗？透明不透明 彩色非彩色 雕花非雕花 有嘴无嘴
八． 可以组合吗？与温度计组合 与香料组合 与中草药组合 与加热器组合 与中草药组合杯

九．　可以用于其他领域吗？作灯罩 可食用 当量具 作装饰 拔火罐 作圆规
请把以下事物进行检核发散：收音机、鸡蛋、笔记本电脑、牛奶。
也可对你正在进行的广告产品、创意进行检核。

37、反手刷牙

一个创意人，要注意改变"习惯"，比如尝试着反手刷牙，即一般人习惯用右手，那么这时可以尝试用左手来刷牙，这样可以培养我们对抗习惯的能力。
我曾经试过反手刷牙，开始感觉会很不习惯。
而这种不习惯，正是突破创意所必须的痛苦期。
反手刷牙的启发在于，创意人要注意随时"对抗"一下自己的日常生活习惯。
反手刷牙之后，我又开始进行反手鼠标训练，克服了开始时的不习惯后，左手还获得了一些新鲜感，以致反手鼠标成为了一种习惯。所以使用鼠标时左右开弓，既开发了右脑，又避免了疲劳。

然后，我们可以把反手刷牙的思考方式带进工作里，并开始思考这些问题：
·我已经以这种方式做了很久，我能不能改变这个方式呢？
·我每次总是把甲类的工作交给 A 去办，把乙类的工作交给 B 去做，我是不是可以给他们两人换个机会，从而了
解他们的另一种能力呢？
·我们一向相信这样做广告是对的，可是这是真的吗？还是仅仅是习惯？
·除了我们一向采用的行销渠道之外，我们还有其他的途径能够接触到消费者吗
……

38、倒着画画

以前曾经见到过这个方法，今天在网上一搜，发现有本《像艺术家一样思考》的书也提到了这个方法，以下为此书的叙述，稍做调整。
熟悉的事物颠倒过来就会看起来不一样。我们会自动为感知到的事物指定顶部、底部和边线，并且期望看到事物象平常那样，即朝正确的方向放置。由于朝正确方向放置时我们能够认出熟悉的事物、说出他们的名字、并把他们归类到与我们存储的记忆和概念相符合的类别中去。当一个图像被颠倒放置时，所有的视觉线索与已有的不符。由于得到的信号很陌生，大脑被难住了。
这个练习有利于从 L 模式（左脑模式）向 R 模式（右脑模式）的切换。

在你开始之前：请阅读完所有这个练习的说明。
1．如果你喜欢就放点音乐吧。当你逐渐转换到 R 模式，会发现音乐渐渐消失了。坐着完成这幅画，至少给你自己四十分钟的时间，有可能的话越多越好。更重要的 是，在你完成之前绝对不要把画倒过来放。把画倒过来将会使你回到 L 模式，这是我们在学习体验集中的 R 模式状态时需要避免的。
2．你可以在任何地方开始：底部、任何一边、或顶部。大多数人趋向于从顶部开始。尝试不去弄清楚你看到的颠倒的图像是什么。不知道更好。仅仅复制那些线条就可以了。但记住：别把图画放回原来的模样！
3．我建议你先别尝试画形状的大概轮廓，然后把各个部分"填进去"。原因是如果你画的轮

廓有任何细小的差错，里面的部分将会放不进去。绘画的其中一个巨大 乐趣是发现各个部分如何相互适应。因此，我建议你从一个线条画到相邻的线条、从一个空间画到相邻的空间，兢兢业业地完成自己的作品，在作画的过程中把各个 部分组合起来。

4．如果你习惯自言自语，请只使用视觉语言，如：“这条线是这样弯的，”或“这个形状在那是弯曲的，”或“与（垂直的或水平的）纸边相比，这个角度应该这样。”等等。你千万不能说出各个部分的名称。

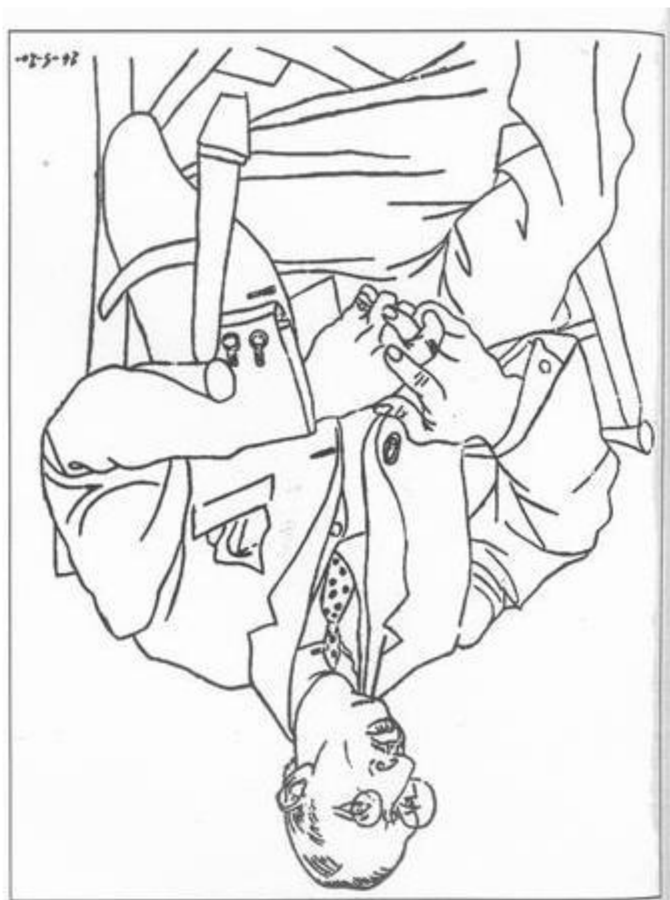
5．当遇到把名称硬塞给你的部分时：如手和脸，试着把注意力集中在这些部分的形状上。你也可以用手或手指遮住其他部分，除了你正在画的线条，然后露出下一条线。以此类推，再转到下一个部分。

6．到了某一个阶段，画作会看起来象一幅非常有趣的，甚至是令人惊叹的拼图。当这种情况发生时，你就是在“真正地作画”了，也就是说你已经成功地转换到 R 模式，而且你也能清楚地看事物了。这种状态非常容易被打破。例如，如果有人来到这间房并说：“你好吗？”你的词汇系统将马上反应，你那集中的注意力也就完 蛋了。

7．你也许还会希望用另外一张纸覆盖住那幅复制品的大部分区域，随着你慢慢完成每个部分，再把下一个部分揭开。需要注意的是：有人觉得这样有帮助，而有人认为这样是种干扰，而且尽帮倒忙。

8．为了画好你眼前的这幅画，记住你需要知道的每件事。为了让你觉得简单，所有的信息就在那。别把这个任务复杂化了。它真的是易如反掌的一件事。

请按照下面的这幅画开始吧。



38 法时我们提到了倒着画画的方法，昨天朋友给我看他的画图，很有意思，于是我也尝试

着训练了一下。
在训练时发现难度在于很难忘记自己，比如告诫自己要放下习惯，进入右脑，但这样的告诫反而成为一种负担。
尽管尝试忘掉形象，比如具体的手或脸，而只是从线开始画，但意识也明白画到了哪部分。
随着画画的深入，慢慢的进入了情境。
相信要多做几次，让自己大脑中的声音消失才好。
总之是一个很有趣的尝试。
以下是我的训练稿。

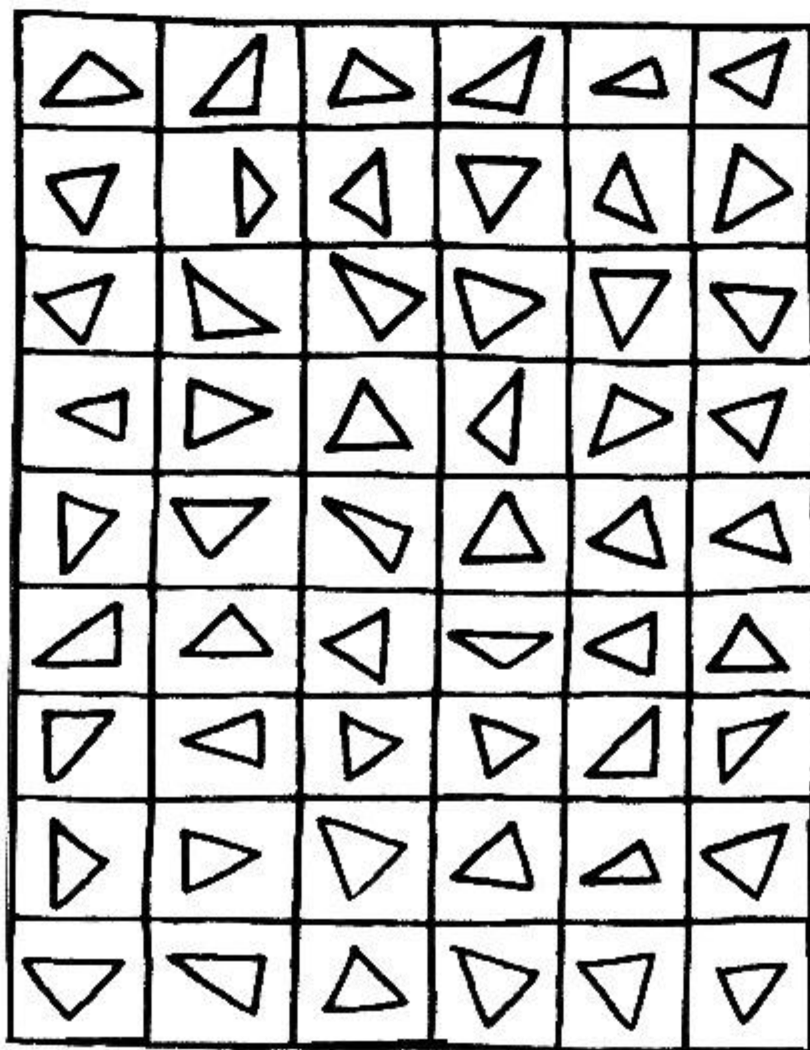


下面是朋友的训练稿。



39、三角形绘画

三角形绘画也是创意训练中比较经典长盛不衰的。
具体做法是，在纸上画出无数个三角形。
然后为每一个三角形填上几笔，变成一个物品。
比如填上两个飘带，就变成了风筝。
这个训练的意义在于将抽象几何图形，变为具象画面。
也是从左脑向右脑的过度。
注意所画的东西最好不要太雷同。
具体思考时最好不要紧盯着三角形，也不要用逻辑思维去推理，而应该广泛发散自己的思维，这样才能越想越多。

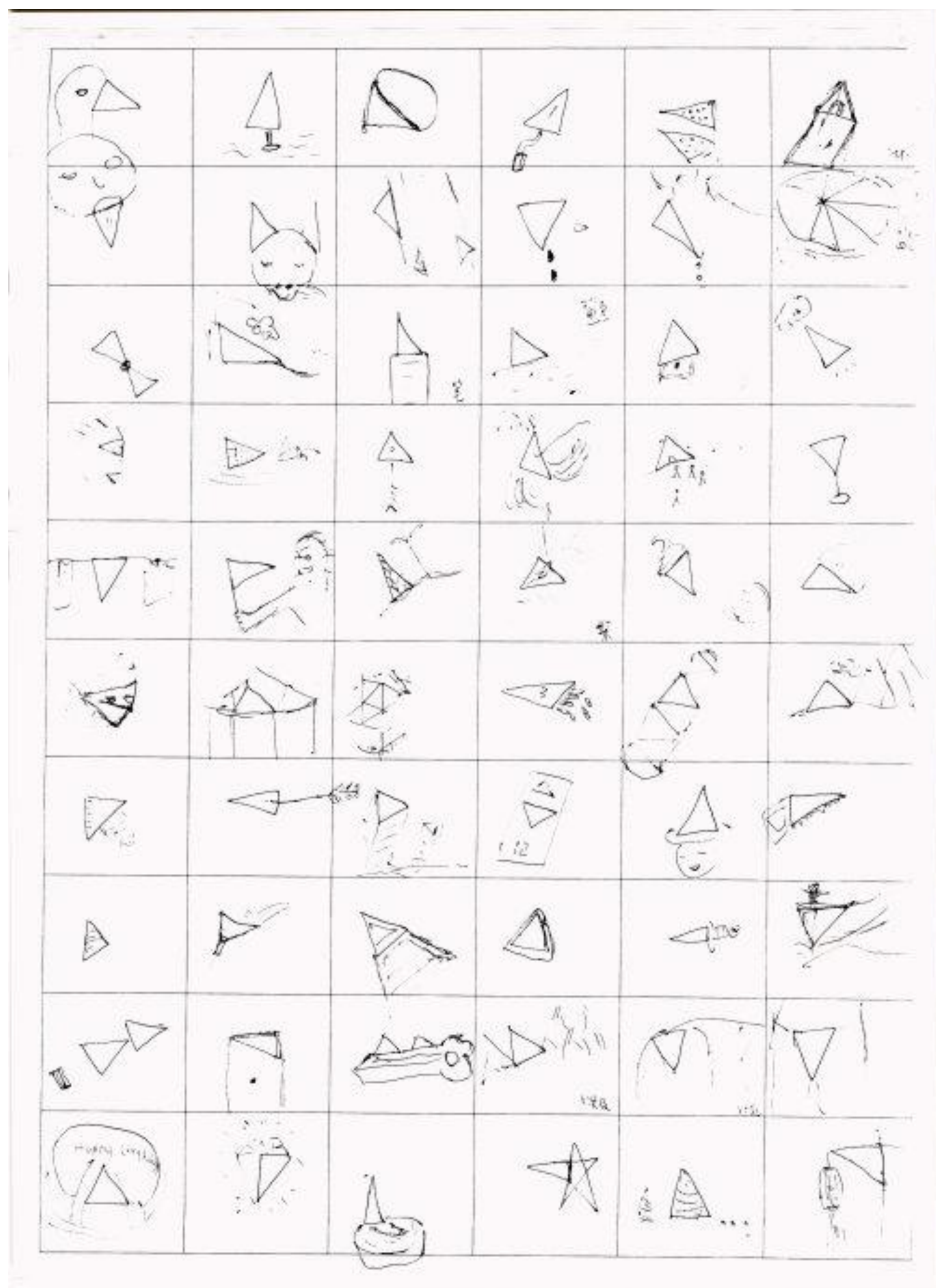


试了一下三角形绘画，没想到这么难，原以来 10 分 20 分可以搞定，但时间不知不觉过去，做完了一看竟然要了 1 个多小时。

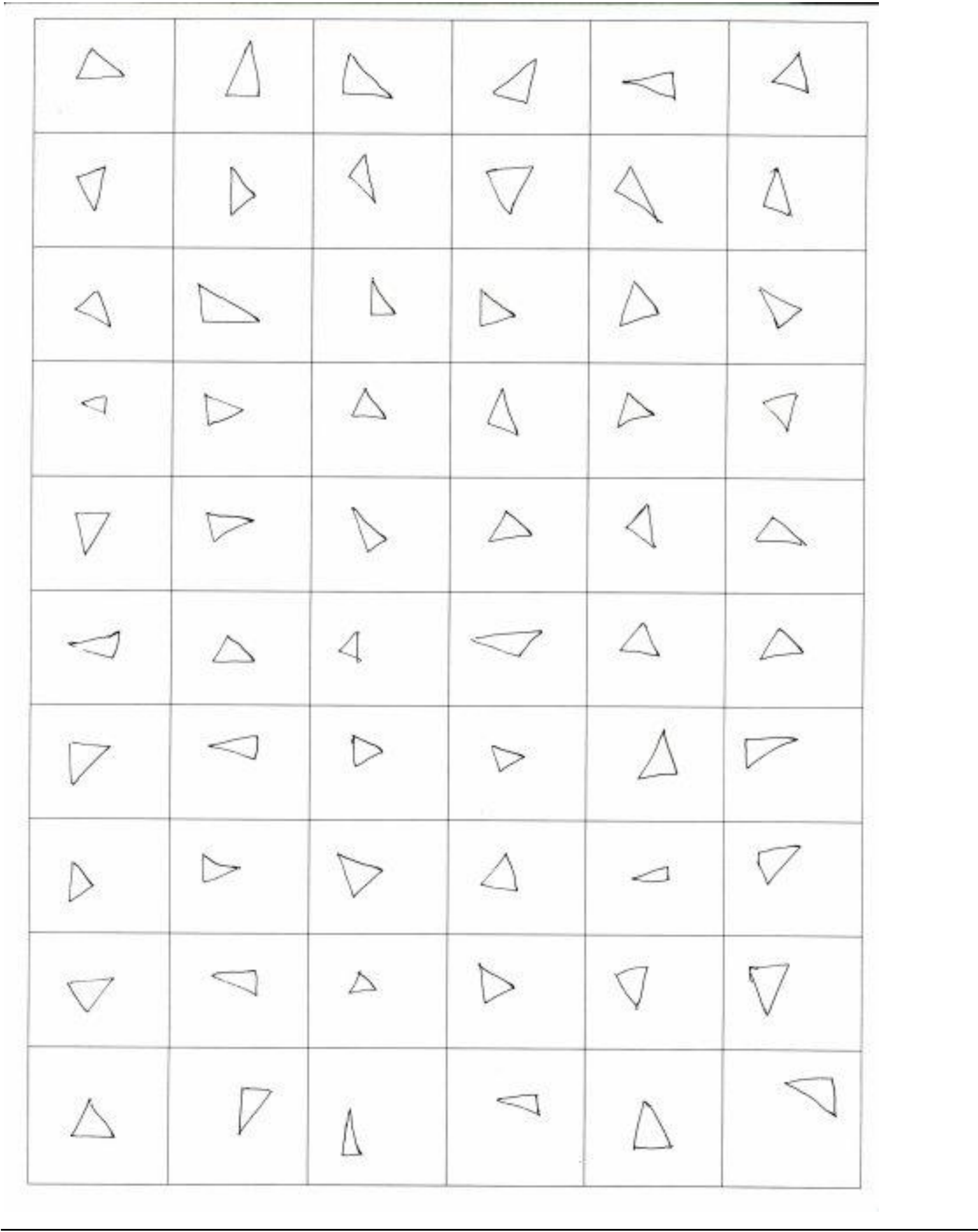
难点在于，三角形在日常生活中被忽略了，所以会花很多精力去想，到底有什么东西是三角形的。

这个训练打开了大脑的一些思维定势。

以下是我的训练稿：



附上训练图，供使用。



40、八大智能法

首先来看关于八大智能的相关知识：
八大智能（多元智能）理论是由美国哈佛大学教育研究院的心理发展学家霍华德·加德纳 (Howard Gardner)在 1983 年提出。加德纳从研究脑部受创伤的病人发觉到他们在学习能力上的差异，从而提出本理论。
传统上，学校一直只强调学生在逻辑–数学和语文(主要是读和写)两方面的发展。但这并不是人类智能的全部。
加德纳认为过去对智力的定义过于狭窄，未能正确反映一个人的真实能力。他认为，人的智

力应该是一个量度他的解题能力(ability to solve problems)的指标。根据这个定义，他在《心智的架构》(Frames of Mind, Gardner, 1983)这本书里提出，人类的智能至少可以分成七个范畴(后来增加至八个)：

1.语言 (Verbal/Linguistic)
2.逻辑 (Logical/Mathematical)
3.空间 (Visual/Spatial)
4.身体动作 (Bodily/Kinesthetic)
5.音乐 (Musical/Rhythmic)
6.人际 (Inter-personal/Social)
7.内省 (Intra-personal/Introspective)
8.自然探索 (Naturalist)

具体阐释：

1.语言智能 (Verbal/Linguistic)

这种智能主要是指有效地运用口头语言及文字的能力，即指听说读写能力，表现为个人能够顺利而高效地利用语言描述事件、表达思想并与人交流的能力。这种智能在作家、演说家、记者、编辑、节目主持人、播音员、律师等职业上有更加突出的表现。

2.逻辑数学智能(Logical/Mathematical)

从事与数字有关工作的人特别需要这种有效运用数字和推理的智能。他们学习时靠推理来进行思考，喜欢提出问题并执行实验以寻求答案，寻找事物的规律及逻辑 顺序，对科学的新发展有兴趣。即使他人的言谈及行为也成了他们寻找逻辑缺陷的好地方，对可被测量、归类、分析的事物比较容易接受。

3.空间智能(Visual/Spatial)

空间智能强的人对色彩、线条、形状、形式、空间及它们之间关系的敏感性很高，感受、辨别、记忆、改变物体的空间关系并借此表达思想和情感的能力比较强， 表现为对线条、形状、结构、色彩和空间关系的敏感以及通过平面图形和立体造型将他们表现出来的能力。能准确地感觉视觉空间，并把所知觉到的表现出来。这类 人在学习时是用意象及图像来思考的。

空间智能可以划分为形象的空间智能和抽象的空间智能两种能力。形象的空间智能为画家的特长。抽象的空间智能为几何学家特长。建筑学家形象和抽象的空间智能都擅长。

4.身体动作智能(Bodily/Kinesthetic)

善于运用整个身体来表达想法和感觉，以及运用双手灵巧地生产或改造事物的能力。这类人很难长时间坐着不动，喜欢动手建造东西，喜欢户外活动，与人谈话时 常用手势或其它肢体语言。他们学习时是透过身体感觉来思考。这种智能主要是指人调节身体运动及用巧妙的双手改变物体的技能。表现为能够较好地控制自己的身 体，对事件能够做出恰当的身体反应以及善于利用身体语言来表达自己的思想。运动员、舞蹈家、外科医生、手艺人都有这种智能优势。

5.音乐智能 (Musical/Rhythmic)

这种智能主要是指人敏感地感知音调、旋律、节奏和音色等能力，表现为个人对音乐节奏、音调、音色和旋律的敏感以及通过作曲、演奏和歌唱等表达音乐的能力。这种智能在作曲家、指挥家、歌唱家、乐师、乐器制作者、音乐评论家等人员那里都有出色的表现。

6.人际智能(Inter-personal/Social)

人际关系智能，是指能够有效地理解别人及其关系、及与人交往能力，包括四大要素。

① 组织能力，包括群体动员与协调能力。②协商能力，指仲裁与排解纷争能力。③分析能力，指能够敏锐察知他人的情感动向与想法，易与他人建立密切关系的能力。④人际联系，指对他人表现出关心，善体人意，适于团体合作的能力。

7.内省智能(Intra-personal/Introspective)

这种智能主要是指认识到自己的能力，正确把握自己的长处和短处，把握自己的情绪、意向、动机、欲望，对自己的生活有规划，能自尊、自律，会吸收他人的长 处。会从各种回馈管道中了解自己的优劣，常静思以规划自己的人生目标，爱独处，以深入自我的方式来思考。喜欢独立工作，有自我选择的空间。这种智能优秀的 政治家、哲学家、心理学家、教师等人员那里都有出色的表现。

内省智能可以划分两个长层次：事件层次和价值层次。事件层次的内省指向对于事件成败的总结。价值层次的内省将事件的成败和价值观联系起来自审。

8.自然探索智能(Naturalist)

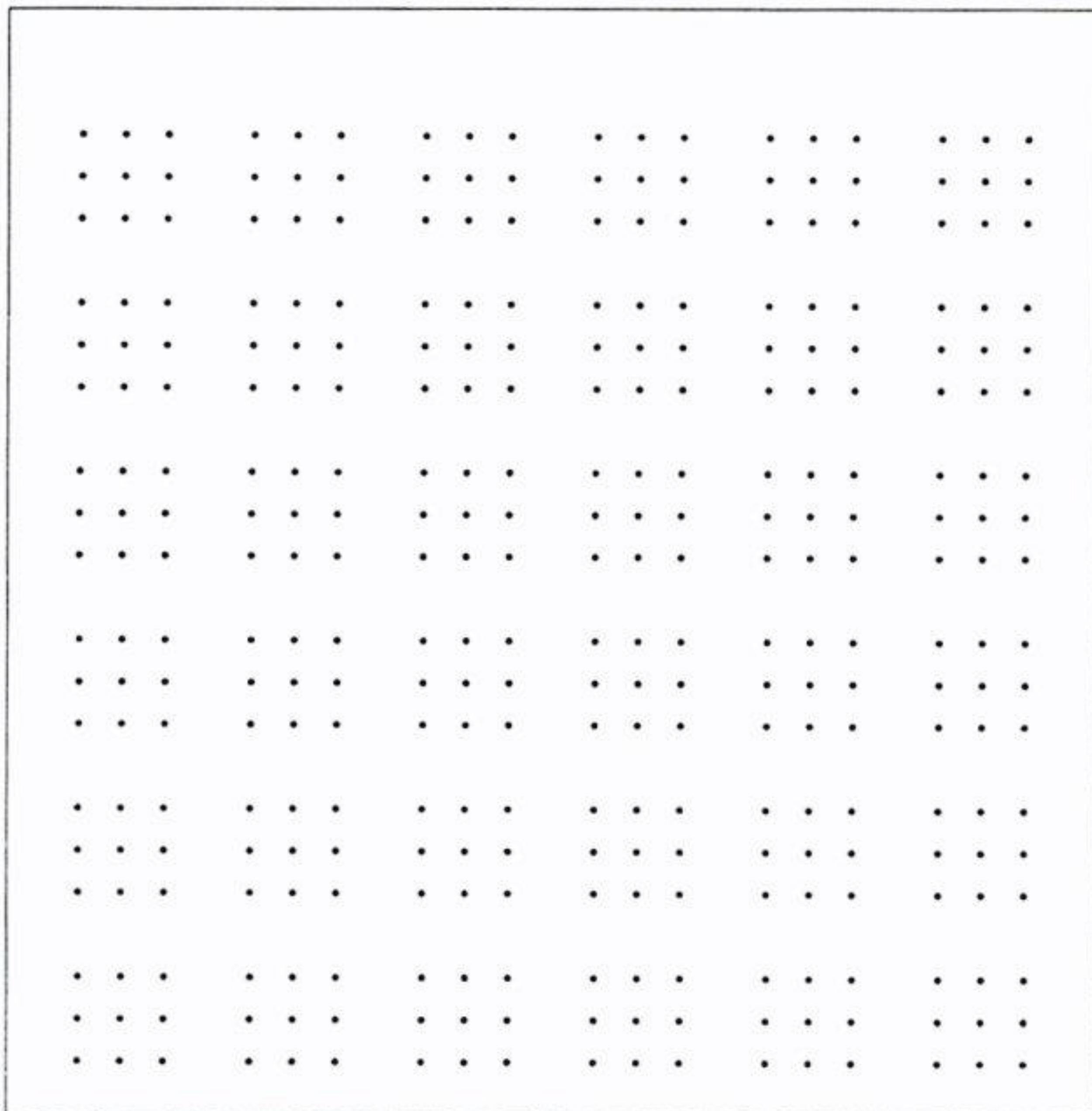
能认识植物、动物和其它自然环境（如云和石头）的能力。自然智能强的人，在打猎、耕作、生物科学上的表现较为突出。自然探索智能应当进一步归结为探索智能。包括对于社会的探索和对于自然的探索两个方面。

一个有趣的设想是：
如果把八大智能和我们的创造力结合起来，会产生什么效果呢？
以下让我们做一个尝试。

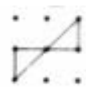
题目：关于近视眼镜的广告创意
方法：
1.语言智能 (Verbal/Linguistic)：借用戏剧家的方法，编写一个电影剧本，眼镜懂得近视主人的悲伤，夜里偷偷跑出去寻找治疗近视的方法，治好主人后，悄悄走开……
2.逻辑数学智能(Logical/Mathematical) ：列出近视公式，如：近视的度数＝用眼时间×不良用眼习惯
3.空间智能(Visual/Spatial)：建一座中国近视科学馆，普及近视的科学知识
4.身体动作智能(Bodily/Kinesthetic)：为近视者编一套爱眼体操，在课间使用
5.音乐智能 (Musical/Rhythmic)：爱眼歌曲，曲调适于放松眼睛
6.人际智能(Inter-personal/Social)：近视爱好者协会
7.内省智能(Intra-personal/Introspective)：挖掘近视的哲学意义，如存在主义哲学家大多近视。
8.自然探索智能(Naturalist)：动物是否有近视？比如一只近视的猩猩，闹了很多笑话……

41、九点训练

创意人多为右脑型思维的人，而右脑思维大多用的是图像的思考法。在创意的过程中，大脑中浮现无数个图像，而创意就在这图像之中隐藏。
所以我们应该训练“脑景”，即在大脑中形成图景的能力。
这个能力可以通过“九点训练（Nine Dots Training）”来达成。



这幅图片里面有 36 个正方形，每个正方形都有九个点组成。
请用直线把 9 个点中的任意几个点连接起来，形成不同的图形。
规则 1：不一定连接全部 9 个点，连接几个点都可以。
规则 2：必须用直线。
规则 3：连接后必须为封闭的图形。
规则 4：仅朝向不同的图形，只能算一个。
规则 5：尽量在脑海里形成图景后再落笔，不要依靠橡皮修改。
规则 6：所有图形不可重复。

规则 7：将一个图形分成两个的不视为一个图形，如：

规则 8：时间尽量控制在 3 分钟之内。

42、儿童牌收音机

“妈妈，你听，狗响了！”
“咱俩打棋吧！”
“老师要求我们都讲普通话，我又不是普通人，为什么要讲普通话呢？”
“女孩是妈妈生的，男孩是爸爸生的吗？”
以上这些妙语，都是孩子的语言。
童言童语总是那么鲜活，有趣，充满创造力、想象力，因而从儿童的语言可以学习到有趣的创意。
所以我们可以找到一个题目，试着以孩子式的语言描述。
在那时，我们都把大脑的旋纽调到儿童这一波段，就可以有出人意料的妙语源源不绝地出现了。

题目：下雨
要求：以儿童的角度，描述下雨时的一切现象
现在就请开始广播吧:)

43、篡改习惯用语

蚊子买了一本东东枪的小黄书《俗话说》，大家都争抢着先睹为快。
书的手感不错，印刷质量好，比想象的厚。
内容也好，多为精巧段子。虽然网上都有，但如果写幽默广告，可以拿来做一下参考。
书中充满了东东枪式的妙语，许多都是网上流传 N 久的。
发现东东枪的常用手法，那就是：篡改习惯用语。如：
·回床率，好词儿
·我先脱了。您随意
·贫僧是自东土大唐而来，专程去往西天拜佛求亲的
·我一贱你就笑
·你我皆烦人，剩在人世间
·将客户睡服
·对不起，你拨打的用户已结婚
经过这么一篡改，还真是翻新了词意，反映出了事物真实的另一面。

我们不妨也来试一下，篡改一下习惯用语。
请找到十个习惯用语，一一篡改之。
规则：可以语句不通，但求哗众取宠。

44、装水容器

我们已经有了几个以画画为主的创意训练，现在我们将其具体应用。
这次的题目是，装水的东西有哪些？
请用布赞式的方法联想，但注意不要写字，而是要把想到的事物画出来。可以画的非常简单。
这是我们第一次以形象的方式去思考。
训练的目的是以形象来思维，所以画的多简单都没只关系，要自己明白就行了。
反而不要因为想要画的好，而影响了创意的流畅性。
装水的东西有哪些？请画出，越多越好

45、如是观

《赖声川的创意学》这本书里提到了"如是观"。这是来自于《金刚经》的概念："一切有为法，如梦幻泡影，如露亦如电，当作如是观。"
"如是观"是指直接看到事物原貌的能力。当我们看东西时，在还没认出是什么之前的瞬间，它就是自己，非常单纯。但我们长久以来习惯在辨识事条的瞬间立刻贴上标签。
"如是观"就是一个去标签的过程。放下概念，放下自己，就能直接穿透事物，看到原貌。才能创造出放下就是重新开机、重新连结、重新建立关系。创意就是要超越这种界限，重新定义事物与事物之间的关系。
"如是观"是和创意相反的过程，或者说它是通过反向矫枉的方法来达到目的。它能过的不是千变万化，而是对事物本身的观照来重新发现。
于坚提到了诗歌的一个创作观点：拒绝隐喻。和西方不同，中国艺术家是擅长隐喻的，如"枯藤老树昏鸦，古道西方瘦马……"，这些意象都有着背后的思维与文化前景。
不知你有没有注意到这样一个现象：偶而听到一首歌，很熟悉，但又忘了歌名和演唱者，而一旦你想起了歌名，你在大脑就会利用原有的理解为这首歌再次贴上标签，这时，你会有点失望，原来是这首歌，于是，这首歌没有刚才那么好听了。这种感觉就是一种"如是观"。

现在我们来尝试一下"如是观"的训练：
1、首先找到一件事物，比如：杯子
2、找出它的标签（或隐喻）。如：杯子象征着装满水的愿望。
3、去掉标签，提示自己暂时忘记标签。
4、观看事物，注重于其物理属性，如材料、轻重、触感等。
5、凝神观看事物，去掉思考其物理属性，只是看，去掉思想，形成"物我两忘"的境界。

46、红色之旅

"红色之旅"的题目让你想到了什么？革命之旅？激情之旅？
你瞧，我们头脑里的标签又开始起作用了。
请去掉这个标签，我们这里所说的"红色之旅"，真的只是"红色之旅"而已。
这个训练是指在一段行程中，按主题寻找某个事物，比如寻找"红色"。
训练方法：利用上班或下班的时间，比如下班时间，那么就从走出办公室开始，留意哪里会出现红色，直到走入家门，训练停止。
这个训练的目的，是发掘出平时被我们的习惯所忽略的一些隐藏的事物。
做了这样的训练之后，我惊讶地发现，红色的事物如此之多，甚至到了令人崩溃的地步。
你也可以举一反三，在路上寻找自己感兴趣的其他颜色，或事物，或字，同样会有新鲜的收

获。

47、十觉论

人类的感觉分五种基本感觉,即:视觉、听觉、触觉、嗅觉、味觉，以及直觉，因直觉排行第六，所以被称为第六感。除上述的六种基本感觉外,人类可辨认的感觉还有温度觉、痛觉、疲劳觉、口感、空间感觉、情绪感觉等多种感官反应。

一个创意人，应该具有感觉的敏感性，这是指人的感觉器官对刺激的感受，识别和分辨能力。感觉的敏感性因人而异,某些感觉通过训练或强化可以获得特别的发展,即敏感性增强.

我们先来看一下网上关于感觉的相关知识，可以让我们更好的了解感觉系统这回事：

我们通过五个感觉器官来认识这个世界：视觉、听觉、嗅觉、味觉和触觉。所有的人生经验均是经由这五个感觉器官而产生出来的。我们称它们为"感官"或者"外感官"。

·经由视觉接收的讯息，在脑中化为景象，亦用景象储存这些讯息。

·经由听觉接收的讯息，在脑中化为声音，亦用声音储存这些讯息。

·经由嗅觉接收的讯息，在脑中化为气味，亦用气味储存这些讯息。

·经由味觉接收的讯息，在脑中化为味道，亦用味道储存这些讯息。

·经由触觉接收的讯息，在脑中化为感觉，亦用感觉储存这些讯息。

当一种经验重新在脑海中呈现时，组成该经验的景象、声音、气味、味道、触觉感受及其他体内感觉以与接收时同样的模式在记忆储存中被提取出来。而该经验带给我们的情绪感受，也因此完全一样地涌现出来。

在五个感觉器官中，嗅觉最为原始(最早进化)，视觉的效率最高。从脑神经构造的角度来看，视觉接收讯息的途径，自眼球传至脑后部的视觉讯息接收中心，须经 过六层神经元。每个神经元与 1000—200000 个其他神经元联系(平均为 15000 个)，故此讯息经由眼球传到视觉讯息接收中心的过程中，便已经过了 不少的过滤和整合处理，因而有最清晰的讯息。也正是因为这个理由，视觉是在学习上最为有效的感觉器官。与视觉相比，其他四个感觉器官的接收过程，大部分只经过一重的脑细胞传送，因此效率较低。

外感官的接收工作，大部分是由我们的潜意识操纵，除了睡眠之外，没有一秒钟停止：只要睁开眼睛，便能看到前面的事物；经过食品店，便会嗅到气味。我们也可 以有意识地运用外感官：在人海中寻找一个人的面孔，或者在酒会上留心聆听某人的讲话。事实上，我们在每一秒钟里都是有选择地运用我们的外感官去与这个世界 接触。例如，就在此刻你听到了多少种声音?在此刻你右脚脚板的感觉怎样?左手的手腕呢?右耳朵呢?你会开始发觉，你的潜意识一直在控制着你的外感官的运 作，你的意识能选择提取其中一些部分，但很快又会把控制权交还给潜意识。

人类只有味觉、视觉、听觉、嗅觉和触觉五感吗？

试着一手抓起冰块，一手握住炙热的火钳，你能说出你通过五种感官得到的是什么体验吗？在令人炫目的迪斯尼主题公园玩紧张刺激的游乐项目，你所感到的一切都能用这五感来形容吗？显而易见，除了这五种官能，我们还有更多的感觉。

那么，人类究竟有多少种感觉呢？

在某种程度上，答案取决于我们如何对感官系统进行分类。我们可以按刺激物的特性把人的感官分为 3 类：化学的(如：味觉、嗅觉)、机械的(如：触觉、听觉)和光学的(如：视觉)。

我们还可以对上述分类进行进一步细分。例如，味觉是 5 种而不是一种感觉——甜、咸、酸、苦和旨(鲜味，或谷氨酸盐的味道，这种味觉使我们能够品出肉的味道)；视觉可以被看成一种感觉(光)，或两种感觉(光和色)，或 4 种感觉(光、红色、绿色、蓝色)。

触觉也是复杂的。比如，神经学者按疼痛的位置，将痛觉分为皮肤的痛觉和内脏的痛觉。此外，很多人都能感到体温、血压和身体平衡的变化，以及膀胱鼓胀、腹中空空或口干舌燥的感觉。但，人体内还有很多我们永远都感觉不到的监测系统，例如脑脊髓液的 pH 值。
再说听觉。它可以是一种感觉，也可以是几百种感觉，如果每一个耳蜗毛细胞都代表一种的话。通常，丧失高频音听觉的人，其低频音的听觉却完好无损，反之亦然。因此，也许真的应该把听觉分开来看。
随着对感觉器官结构研究的深入，人类似乎拥有越来越多的感觉。然而，当我们讲到感觉的时候，我们指的其实是主观感受——大脑向原始的感官数据添加的“附加值”。感受不仅仅是感觉的混合，它还包括记忆、经验和更高层次的信息处理。
比如，你听到的声音并不是两只耳朵收集到的声音的简单累加。在处理这些声音的过程中，某些机制使大脑能分辨声音传来的方向，某些更为复杂的机制能使我们在 聆听一种声音的同时自动过滤其他声音。在聚会上，我们专注地与人交谈，此时会忽略其他声音，但当有人叫我们的名字时，我们却能迅速反应。这说明，我们总在 “听”周围的声音，但不总能“听见”，除非这个声音突然变得有意义。
感觉和感受的区别还表现在我们对物体大小的判断上。物体的大小通常不会在短时间内发生改变，这使我们能在视觉之外，正确判断物体的大小。对于车辆等我们熟 悉的物体，它看上去越大，它离我们就越近；虽然某些东西看上去很小，但它其实很大，只是离我们太远了。当然，有时我们也会犯错。在美国，因错误判断火车的 速度和距离导致的事故每年就有 3000 多起。
再比如奇特的“联觉现象”(各种感觉混淆的现象)。有些人“联觉”严重，他们可能会谈起香味的结构，或是某个字母的味道；他们可能“听”到桃子的味道，或是“感觉”到某种颜色……甚至因此被误诊为精神分裂。
这些都说明，感觉不是首要的，我们真正体验到的是感受。有些被称为“感觉”的东西，其实和感觉无关，比如失落感和“第六感”，但我们体内的“生物钟”却应 该归为感觉。有学者认为，大脑的功能就在于混淆感觉，从而形成感受。越来越多的证据表明，大脑中不同感官区域之间的相互干扰造成的混淆，比我们想像的严重 得多。比如，对偏头痛患者来说，某些气味都可能引发头痛。
目前已经发现，人类至少有 21 种感觉。根据经验，科学总是不断挑战人们习以为常的观念，而这种挑战的结果似乎总和我们的直觉相悖。我们能否忘掉感觉而关注 感受呢？我们有视觉、听觉、触觉……说它们没有意义乍听起来似乎很傻，然而，说不定哪一天，我们的各种感觉就和地心说一样，被丢进科学的垃圾箱。

Ok，以下我们开始今天的训练，我们从所有感觉中选出十个，即：视觉、听觉、触觉、嗅觉、味觉、直觉、温度觉、痛觉、空间感、情绪感，统称为“十觉”。
训练方法，请用“十觉”来描述一个现象：时间。
提示：时间无色无味，看不到摸不着的，但这都难不倒创意人，他常常可以发动自己超敏感的感觉系统，让时间可看，可触，甚至用多觉联动来达到创意的目的。
好，让我们现在就来尝试一下吧：

时间十觉论：
1.视觉：
2.听觉：
3.触觉：
4.嗅觉：

5.味觉：
6.直觉：
7.温度觉：
8.痛觉：
9.空间感：
10.情绪感：

48、双觉联动

接着上一篇的训练来感受一下双觉联动的魅力。
所谓双觉联动，即是将两种感觉结合起来，进行试验。
之前我们提出了十觉论。
现在，请任意在前五个中选出一个，然后与后五个中任意一个相结合来描述“时间”这一现象：
视觉　　直觉
听觉　　温度觉
触觉　　痛觉
嗅觉　　空间感
味觉　　情绪感

例如，前面选“听觉”，后边选了“空间感” 。
那么，请留神听一下，时间的空间感，是什么样的呢？或者说时间的空间感，是有怎样的声音呢？
我必须要提醒的是，这是一个危险的训练，请务必不求甚解，浅尝辄止。
因为过份注重双觉的联动，就会引发精神上的“@*^&@!#*^&@!#”。
所以，只是以好玩的角度训练一下就好了，不必深究。

49、动物视界

创意这回事，不就是学会切换视角嘛，不就是旧元素新组合嘛，说起道理来真的是很简单，但做起来却不易。
难点在于，那些元素并不是容易挖掘。
所以为了切换视角，为了这元素组合，你需要在大脑中储存一定的素材，以便真到创意时，不致于手足无措。
今天我们来尝试一下“动物视界”。
动物视界，即以不同动物的眼睛来观察某个事物。

题目：
在一望无际的非州大草原上，生活着各种各样的动物，有一天，一架直升飞机从这里飞过，风很大，飞机上的一位女乘客不小心，让风把帽子吹跑了，掉在了这个大草原上。
现在请假设一下每个动物碰到这个帽子，它的第一想法是什么？
你甚至可以什么都不要想，就假设自己是那只动物，以他们的视角默默的感受一下。

当动物碰到帽子，请用一句话写出它们的心中所想。
猫：

狗：
兔子：
猪：
斑马：
大猩猩：
犀牛：
骆驼：
袋鼠：
山羊：
豹子：
蜗牛：

50、鸟语

上一篇的方法实际上是“集合式创意法”的一个范例，集合式创意法看似比较平谈，但总结在一起就会散发出威力。
这个创意法的启发来自于美国一家专门研究想象力的公司，我将再列出他们研究的一些其他集合。
第二个集合是鸟。
有一部电影叫做《鸟的迁徙》，有各种鸟飞行和迁徙的画面，画面唯美有趣。
假设有一天，鸟们各自得到了这张电影碟，于是飞回鸟窝，打开 DVD 开始播放这个电影。
当看到这部电影，鸟们会说什么？请写下它们的“鸟语”。

请试想：看到《鸟的迁徙》这部电影，鸟们的反应是：
麻雀：
乌鸦：
天鹅：
猫头鹰：
画眉：
啄木鸟：
驼鸟：
布谷鸟：
孔雀：
凤凰：
鹦鹉：
喜鹊：
鸽子：

51、植物大迁徙

几年以前在深圳，有一天在街上走，突然冒出了一个“伟大”的想法，那就是《植物大迁徙》，觉得这是一个很“好莱坞”的剧本。
这个故事基于这样一个秘密：植物其实是可以行走的。
你看，白天，那些树若无其事，站在那里禁受风吹雨打。可是到了晚上，街上没人的时候，

树起身了，它要去溜达溜达，串串亲戚，看看朋友，日子过得有滋有味的。如果路上突然出现了人，树就会原地不动，装做一颗原本就长在那里的树，等到人走过去了，它才又悄悄上路。
然而最近，植物们的日子越来越不好过，为了搞亚运面子工程，有些路就要拓宽，所以有一些树被砍倒拉走了。城市里的污染也越来越严重，私家车多，人多，还建了不少工厂。
这个夜晚，树和花们在一起开会，决定大迁徙。
计划是在一个大雨之夜（因为这时很少有人出现在街上），树和花等植物全体撤走到山谷中去，这样第二天早上醒来，人们将看到一个没有绿色的城市。

好了，训练开始，请写出这个夜晚，植物在一起开会决定迁徙时说的话。
玫瑰：
向日葵：
松树：
榕树：
苹果树：
山楂树：
牵牛花：
水仙：
狗尾巴草：
法国梧桐：
白菜：
茄子：

52、海洋世界

有一部分科学家认为，人类的秘密其实是来自于海洋的，人类目前对于海洋的探索只是一小部分。比如从前一个观点认为，外星人是来自于海洋底下的，因为有人目击到 UFO 飞碟在大海上的降落，听说有一部电影《大西洋底来的人》也是讲这个的。
且说有一个外星人，经常开着飞碟从海底出发，有时他在地心里飞一飞，有时在海洋里飞一飞，有时冲出海洋到天空中飞，有时他化妆成人类，出现在纽约时代广 场……，终于有一天出事了，那个外星人驾着飞碟飞走之后，当天并没有回来，几天之后也没有回来，这事成了海洋世界的一项未解之迷。
海洋生物没事在一起晒太阳的时候，有时会八卦一下这件事，打发无聊的时间。

训练，请写出海洋生物讨论的一些话语：
海星：
贝壳：
珊瑚：
水母：
鲸鱼：
海马：
螃蟹：
虾：
热带鱼：

飞鱼：
海龟：

53、工具飞行记

工具们乘着飞机去旅行啦，阳光格外的好，天空中的云一大朵一大朵象棉花一样，工具们真的是超开心啊！
这次出门的工具有铅笔、橡皮、胶水等等，每个工具都有自己的特长，但大家每天工作得有点累，好不容易可以轻松一下啦，大家高兴地唱起了歌。
这时，突然发生了一件事，一个叫做匕首的工具突然站起身，冲向驾驶室，自称要劫机。
机舱里一下子就大乱起来。
请问这时，以下的工具会怎样面对这件突了事件，怎么说？怎么做？
请根据它们的特点进行发想。
铅笔：
橡皮：
画笔：
调皮板：
画架：
笔筒：
剪刀：
胶水：
传真机：
打字机：
椅子：
麦克风：
扩音器：
照相机：

54、红点

蚊子意外地发现了一套关于创意训练的稿子，是 Panamericana School 的广告，这是一间关于艺术与设计的学校，所以他们做的广告上展现的都是关于创意的方法，比如下面这一张：红点。
一颗红点能够让你联想到什么？在广告中，给出了不少答案，答案后的标题为：你的创意可以走多远？
图中答案真是精彩绝伦，翻译如下：

血滴、你在这里（地图上）、水痘、激光点、（设计软件中的）CMYK 值、
字母 i 上的一点、瘾君子的眼睛、简易 DNA 测试、樱桃、最后的 zzz 员（这个不太懂）、

粉刺、口红点、网球标志（不懂）、M&M 巧克力豆、打死蚊子、床单上的污点、
火星、吸血鬼的眼、日落、图钉、迷幻药、红宝石戒指、日 zzz、
封口信件（估计是指胶泥）、圆点睡衣、原子弹按纽、斗牛士、从外边看房子的灯光、

创意训练的 100 个方法

盲文、停止符号、电池充电中、白化病变异、番茄酱瓶顶、漆球、

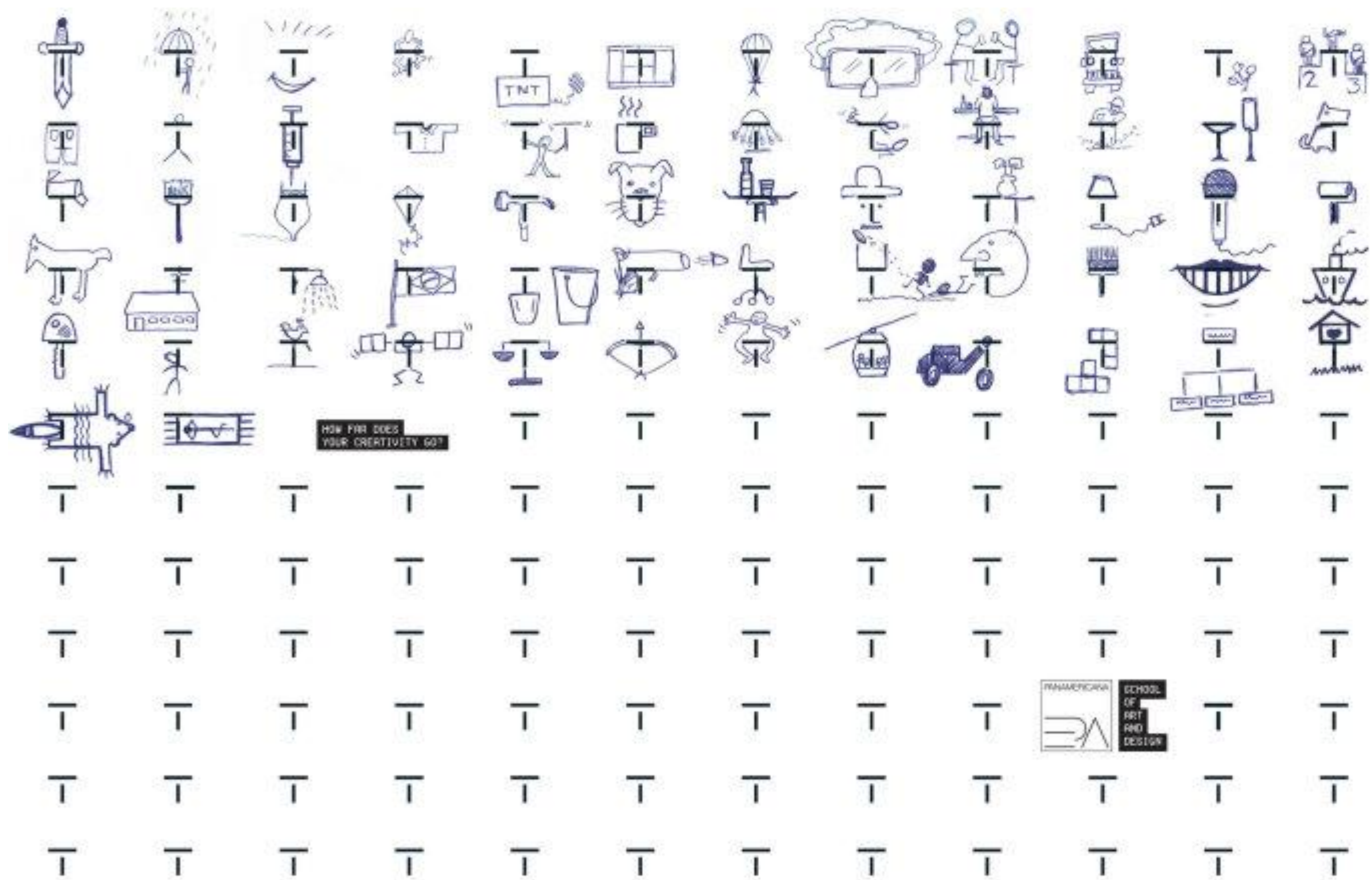
小丑鼻子、结膜炎、豆点包、核 z 泄漏警报、经济学人广告的一部分、
俯瞰口红、盖上啤酒杯、蔷薇花蕾、公牛之眼、俯瞰红头、录音标志

好了，请写出你对红点的理解，来完成这张广告吧！



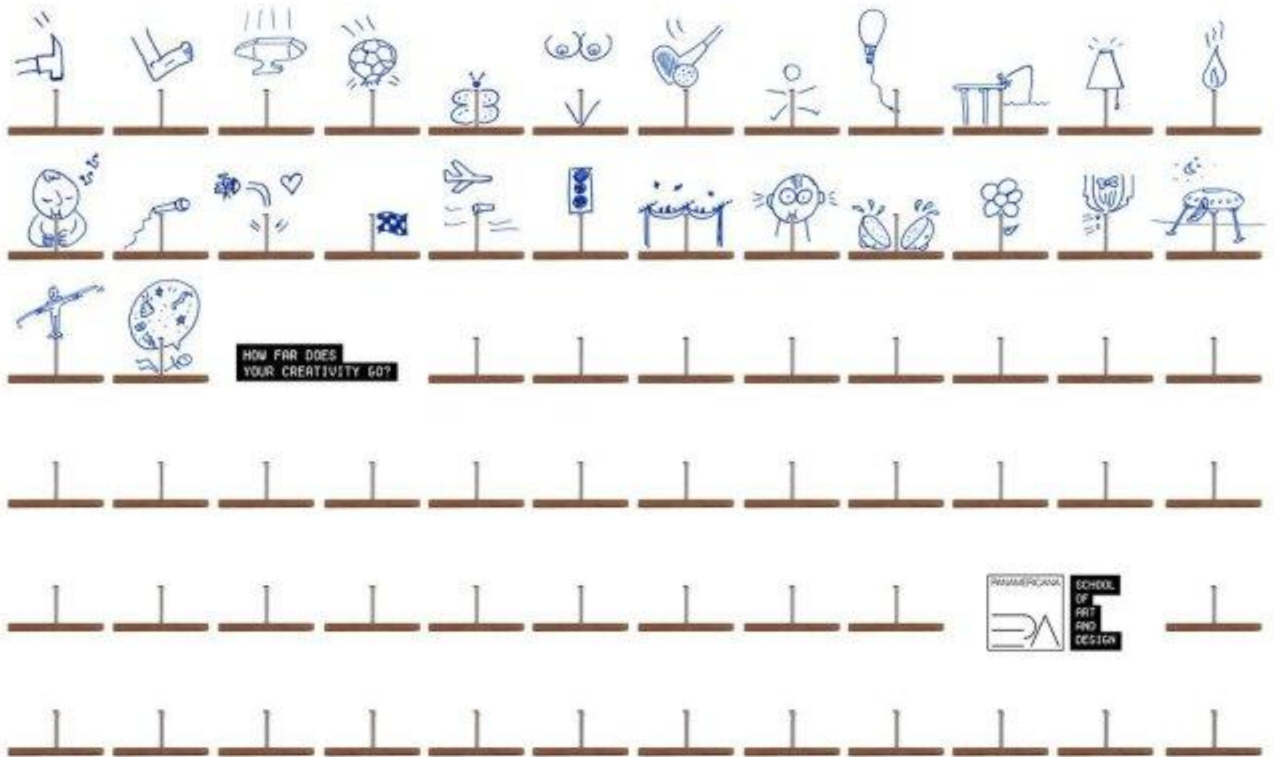
55、T 型联想

T 型联想和之前提到过的“三角形绘画”一样，都是在一个简单图形上进行一些添加，而变成一个具体图案。
这是一个比较费时的训练。答题的方法是，你不要盯着纸上的符号看，而是应该在大脑中想象
各种事物，然后再将事物与 T 型联系起来。
这张训练作者依然给出了有趣的答案。
请试试画完图中的未完成部分，看看你的创意可以走多远！



56、定钉子及其他

下图的主要图案是一个木板上，定了一个钉子。
这个训练也是为这个“板上定钉”的图案添加笔划，成为图案。
本图的作者从定钉子开始，但很快他就发现了定钉子并不是一个好方法，因为太雷同了，所以
他马上转到了其他方向：有的还是钉子，有是转为了柱子，还有一些转为其他更有创意意义的
事物。
请试着帮作者画完图中的未完成部分。



57、黄色联想

这是一个关于颜色的直接联想训练。
黄色让你想到了什么？请尽量写出任何你联想到的跟黄色有关的事物，越多越好。
以下是图中所列的一些答案：

sun 太阳
yolk 蛋黄
fever 发烧
fear 恐惧
submarine 潜水艇
penalty card 黄牌
phone book 电话薄
highlighter 荧光笔
first place 第一位置
c:0 m:0 Y:100 K:0 CMYK 值
kill bill 《杀死比尔》
1/6 of the rainbow flag 彩虹旗的六分之一
rubber duck 橡胶帆布/橡胶鸭
bee stripe 蜂纹
smoker's tooth 烟牙

创意训练的 100 个方法

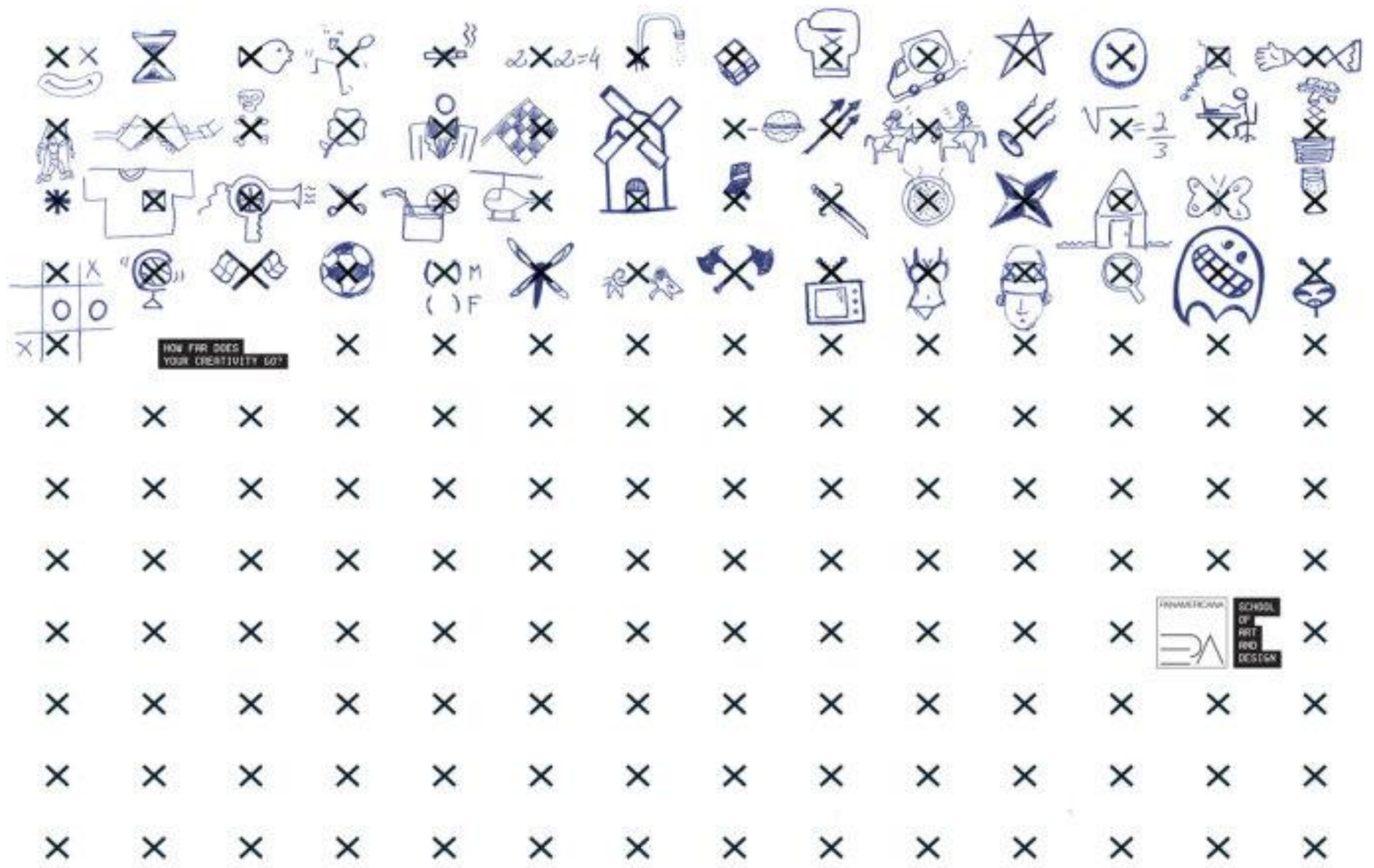
old photo 老照片
anemia 贫血
video cable 视频线
piece of mondrian 蒙德里安抽象画的一部分
tallow 牛油
hepatitis 肝炎
pvs 真空孔开关
cartoon character 卡通人物
to do note 注释
autumn 秋天
ear plugs 耳塞
the attention light 警示灯
brazilian team jersey 巴西队服
sunflower 向日葵
corn 玉米
cleaning gloves 塑胶手套
cheese 奶酪
subway line 地铁黄色安全线
ny cab 纽约出租车
lenon 柠檬
……

请试着写出更多关于黄色的联想吧！



58、×

×代表着几种意义：比如代表错误的符号、乘号，而它的重要的一个作用在于“交叉”。
这个训练同样是给×这个图形，增添笔划变成图案。
可以看到图中应用的最多的是“交叉”这个意义。
另个这个广告还被执行成了一个综合的广告运动，比如下面的 T 恤、可随意画的展板等。
请试着画完图中未完成的部分。


HOW FAR DOES
YOUR CREATIVITY GO?
PANAMERICANA
SCHOOL
OF
ART
AND
DESIGN



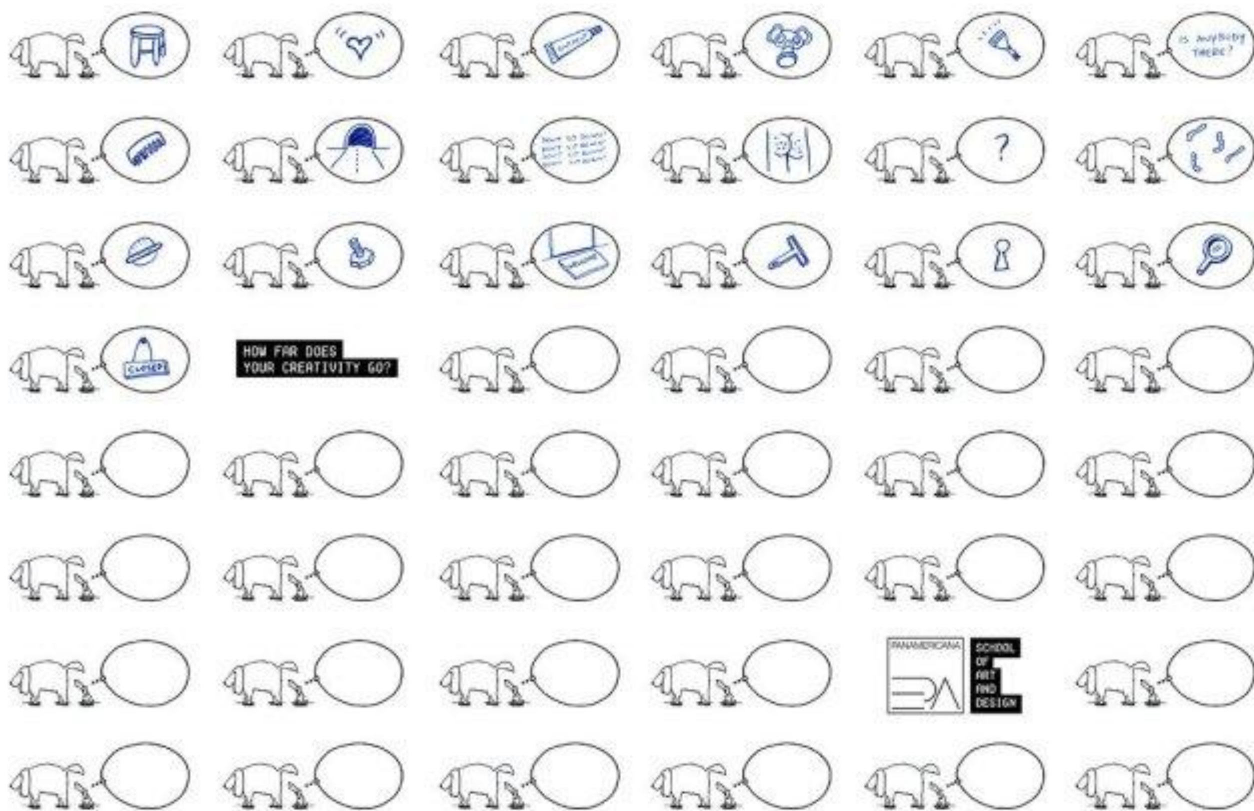


59、oo

两个圆圈，象眼睛、也象车轮。
两个圆圈演绎为诸多创意，图中依然有精彩的答案。
请试着完成图中未完成的部分。

60、大狗小狗

这个训练是这个 Panamericana 艺术与设计学校的广告系列的最后一个，也是最有趣的一个，把
创意训练搞出了新意思。
图中是一只小狗望着大狗的屁股，开始浮想联翩，而无论它想出什么东东，都让人觉得搞笑。
请试着填写图中其它未完成的部分。



61、图片背后的话

每个图片背后都有一句话，那是摄影师或画家的思考，或者仅是图片所偶然传达的一种感觉与真理。

所以，在这个训练中，请尝试写出图片背后的那句话。

这里我选择的是摄影师 gregory_colbert 的作品，他的作品含义丰富，所以很适合于这个训练。

以下是摄影师的一些背景资料：

格利高里．考伯特（Gregory Colbert），是一位加拿大摄影家。他属于那种现在非常少见的艺术家，没有和任何画廊签约，过去十年里也没有开过一次作品展，不曾接受任何的采访。他就好象处在“地下”状态，不被人们注意，只有那么几个富有的收藏家在支持他，为他提供资助。

他所关注的是人与动物之间那种神秘的联系。从 1992 年起，他已经作了 27 次长途旅行，到达了世界上的各个角落。他甚至还连着几个月租下远洋轮。总之，他的那些简洁的摄影作品拍起来是既费钱又费事。现在，42 岁的考伯特终于将他这些年来的成果公开展出了。

对他来说，这些作品不仅记录了他本人的观察，同时也揭示了一个永恒的王国，人类在其中与各种动物，比如大象、鲸鱼、海牛、猎鹰、朱鹭和仙鹤，共同生活，互相交流。

2002 年，来自加拿大的艺术家 Gregory Colbert 在意大利威尼斯展出了他以动物，(包括鲸鱼,大象,等)与人类之间的交流与沟通为主的摄影作品《Ashes and Snow》(灰与雪)，由 200 幅大型的摄影作品组成。在 2002 年的展览中，所有的作品都被劳力士主席买下，他鼓励 Gregory Colbert，为何不用贩卖所得将他的作品想办法变成一个可以在全球其他城市巡回展出展览馆。于是 Gregory Colbert 找了日籍建筑师坂茂(Shigeru Ban)希望他能设计一个够大的展示馆

（因为所有的"Ashes and Snow"摄影作品均为超大尺寸）并且可以跟着作品一起环游世界，于是便有了这个由集装箱组成的，可以全球移动的展览馆。

好了，现在就请仔细体会图片，并写出背后的那句话吧！





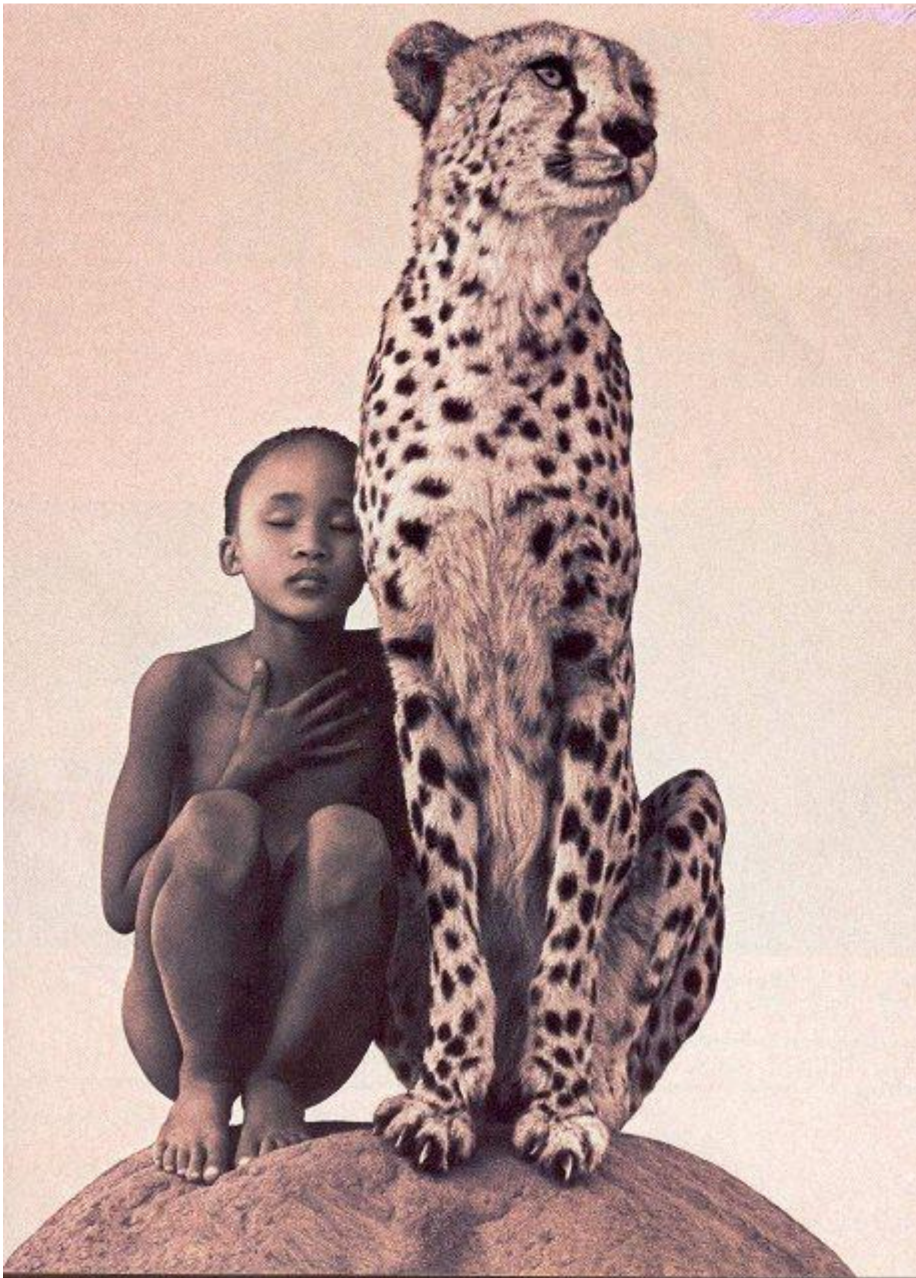










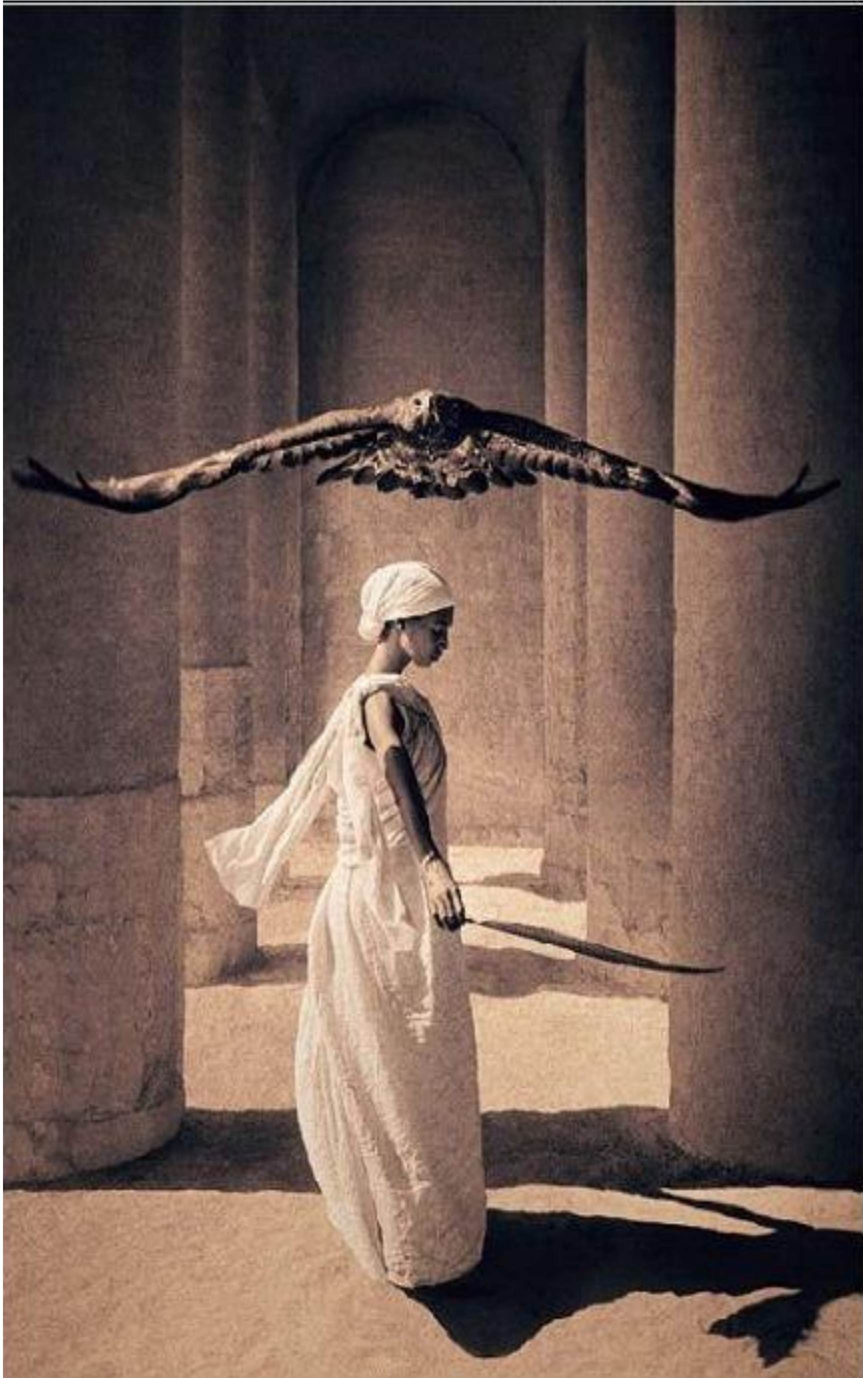














62、弥天大谎

撒谎并不是一件好事，他牵涉到一个人道德品质。
《狼来的》的故事，就让爱撒谎的孩子喂了狼。
后来，我们对撒谎更客观了，承认有一种"善意的谎言"。
然后，我们发现，在创意里，撒谎乃是一项基本功，一项艺术，是一项优秀的好品德。
撒谎也就是说大话，夸夸其谈。
总之，不能太老实。

看刘震云的小说《一句顶一万句》，把说大话叫做"喷空"，倒非常形象，他写道：
所谓"喷空"，是一句延津话，就是有影的事，没影的事，一个人无意中提起一个话头，另一个人接上去，你一言我一语，把整个事情搭起来。有时"喷"得好，不知道事情会发展到哪里去……
同样的意思，在北京话叫侃大山，广东话叫吹水。
我们发现有许多几乎所有的小说、电影都是撒谎的典范。比如《这个男人来自地球》，就是几个人坐在那"吹水"，只靠对话，就完成了情节。

以下让我们来进行撒谎的训练，希望你能撒个大的谎言，最好是弥天大谎：
Step 1：请先从一个假设开始，这个假设就需要很大胆哦，比如：人类本来有第六感专用器官。李白并没有死。2012 年人类将变成鱼。等等
Step 2：解释你的假设：比如：人类本来有第六感专用器官，这是因为 XXXX 的需要，后来由于 XXXX 原因，该感官退化。
Step 3：把你的假设变成故事情节
Step 4：为这个故事增加更多的戏剧性

63、水果月

创意训练的 100 个方法

我们曾经做过一次自由发挥的文字创意训练，叫做水果月，每个同事都选择了自己最喜欢的水果，
它们是：香蕉、柠檬、西瓜、桔、榴莲、芒果、苹果……
训练要求：每天根据自己所选的水果写一段文字，字数不限，形式不限。不可提前，不可超额，每天只能完成一篇，每天必须完成一篇，仅限周一至周五，周末休息。
一些注意事项：
1、不要写"连续剧"，也就是每天写的不能都象一个东西，不能太象。
2、要明白这个训练的目的，一是训练同一主题下不同的创意切入点，二是训练文笔，所以要注意在写的时候开拓思路，多写一些不同风格的，不同笔法的。
3、每天尽量在当天交作业，而不是推到第二天。
4、还有就是不要过于简单，过于简单就达不到目的，当然也不是过长。
5、如果实在想不出来写什么，就硬写，比如想到一个词，大虾，那么用这个词来加上水果就会十分有趣。

以下是训练的一些节选：

苹果：
世界上每个人都是被上帝咬过一口的苹果
只不过有人咬在外表，有人咬在内心
王子知道，上帝真的很公平
所以，亲爱的，请不要在别人的风景里仰视

桔子：
降温了
桔瓣躲进了温暖的被窝
不见了
刮北风了
桔皮被吹去了大洋彼岸
不见了
太阳依然很大
桔汁融化到阳光里
不见了

香蕉：
北国的乡下山村
孩子们为香蕉如何生长的问题争论不休
缘于无一对香蕉味觉的体认
公社的社长路过
耸耸肩上的锄头
心里暗下了一个决心：
一定要让孩子们去瞅瞅外面的大世界

西瓜：

第二次见西瓜是在《Left •Right》
居然当起主角来
他坠楼那一刻
没有替身，没有气垫
动作 5377①，难度系数 3.8
完美落地
镜头给了他三秒，三十六帧
其中两秒在于头破血流
果然，导演知道的
他还是比较合适悲情角色
注①：5377，指高台跳水中第 5 组转体动作，采用第 3 组反身跳水方向完成翻腾转体，翻腾三周
半，转体三周半

柠檬：
彩虹宫的黄公主下凡嬉戏，
与进京赶考的白面书生偶遇。
赋诗写曲、歌舞摇曳，
两情相悦的千年传说再一次继续。
意料之中的结局，
天与地之间的距离注定这故事一定是悲剧，
天神夺走了敢爱敢恨的黄公主，
因为天空中的七色彩虹不能失去其中之一，
黄公主抹去了书生的记忆，
把自己的灵魂变成一颗柠檬，
永远放进书生的心里……

榴莲：
她的修长、白净的手指利落地用牛油刀将捣拌好的榴莲酱蓉抹一层在饼干上，“饼干的选择会
影响口味。我喜欢干实型的，有人喜欢松化、或松脆、干脆、或酥化的。”她只做了四块饼干
。“一人两片。刚好。”盛饼干的椭圆骨瓷小碟上铺着一张维多利亚风格的镂花油纸。下午的秋阳迷雾般照耀其上。一片阴影落在我的茶水中。英式红茶。薄薄的骨瓷小茶杯上绘满玫瑰……

64、盗窃公司的哥顿法

哥顿法（Gordon Method），又称隐含法。它是由美国人威兼·哥顿创始的，是一种由会议主持人指导进行集体讲座的技术创新技法。其特点是不让与会者直接讨论问题本身， 而只让讨论问题的某一局部或某一侧面；或者讨论与问题相似的某一问题；或者用“抽象的阶梯”把问题抽象化向与会者提出。主持人对提出的构想加以分析研究， 一步步地将与会者引导到问题本身上来。
示例：

以开发新型剪草机为例说明戈登法的步骤。
1、确定议题。主持人的真正目的是要开发新型剪草机，但是不让与会人知道。剪草机的功能可抽象为“切断”或“分离”，可选“切断”或“分离”为议题。但是如果定为“切断”，则使人自然想到需要使用刃具，对打开思路不利，于是就选定“分离”为议题。
2、主持人引导讨论。主持人：这次会议的议题是“分离”。请考虑能够把某种东西从其他东西上分离出来的各种方法。
甲：用离子树脂和电能法能够把盐从盐水中分离出来。
主持人：您的意思是利用电化学反应进行分离。
乙：可以使用筛子将大小不同的东西分开。
丙：利用离心力可以把固体从液体中分离出来。
主持人：换句话说，就是旋转的方式吧。就像把奶油从牛奶中分离出来那样……。
3、主持人得到启发。例如，使用离心力就暗示使滚筒高速旋转。从这个暗示中，主持人就得到这样的启发：剪草机是否可以使用高速旋转的带锯齿的滚筒，或者电动剃须刀式的东西。主持人把似乎可以成功的解决措施记到笔记本上。
4、说明真实意图。当讨论的议题获得了满意的答案后，主持人把真实的意图向与会者说明。可以与已提出的设想结合起来研究最佳方案。

哥顿法的意义在于，对目的直接进行头脑风暴，具有一定功利性，所以有利需要曲线救国，围魏救赵。
在自已的团体，甚至自己一个人，也可以尝试一下哥顿法。
请试验以下训练：
某一个盗窃公司想要进入到银行盗窃。
目的：在银行偷钱
设定主题：进入（也可自定其他主题，如隐藏，获取等）
进入自由发想：

65、属性、创意及耳塞

创意遵循欲速则不达的原理，所以想创意时最好要绕一个弯，不直接奔向目的地。
属性列举法就是这样一个故意走弯路的方法。
这个方法是将创意对象的属性一一列举，进行认真细致地观察分析，然后提出改进的方案。一般可分两步进行。
第一步：是将对象的所有属性，采取先划大类，再列小点的方法，把创意对象的形状、结构、材料和功能等特性，先划分大类，然后列小点。如选取“手电筒”为创意对象，就可列出以下各种特性。
外形：圆筒形（或矩形，不规则形）；
结构：电源（干电池或镍隔电池），光源（电珠，反光镜），开关（移动式或揿入式）；
外壳材料：金属（铝合金、皮、铜皮），塑料；
功能：照明、信号等。
第二步：提出改进方案。根据列举的每一小点逐个进行分析评价，对对象的外形、结构、材料、功能等，提出更新换代的改革方案。如对手电筒提出携带方便、形状美观、亮度好、价格便宜等实用新型的改革方案。
记得有一次，我们在想啤酒的创意时就要了这个办法，先不去想啤酒的创意，而去想啤酒的一些属性，比如：

1、啤酒的有哪几个部分？瓶盖、瓶子、液体、商标等。
2、使用啤酒的方法？喝、干杯、吐等。
3、啤酒有关的笑话
……
其他还有更多的联想，想完这些后，再根据这些想创意，就发现创意源源不断啦。
现在，就来试着训练一下吧，关于耳塞的创意，请先列出耳塞的属性，然后再想关于它的创意，不管是广告创意，还是产品改进创意都好。

66、无创意

无创意，其实就是更有创意。
老子说：天下万物生于有，有生于无。
无，是一个有魅力的创意方法。
这里说的无，也就是省略一些主要结构要素。
例如，如果镜是由镜片和框架两个要素组成，省略其框架要素，成为只有镜片的无形框眼镜；将话筒省去导线，成为无线话筒；宁波保国寺的木结构房架，省略了横梁，成为无梁殿；还有无人收费电话、无人售货处、无土栽培法、无线电话、无木材火柴、无性婚姻等，都是省略了主要结构要素形成新的功能。
训练：请试着想一下电脑可以省掉哪些元素，从而进行创新？
我们可以用上一节提到的方法，先列举出属性，然后再去掉它，成为“无××电脑”。

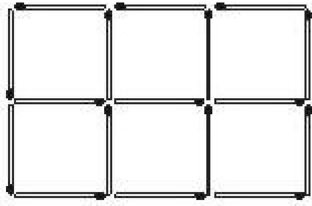
67、达利灵感法

“我同疯子的唯一区别，在于我不是疯子”。
“每天早晨醒来，我都在体验一次极度的快乐，那就是成为达利的快乐……”。
这些话都来自于超现实主义画家达利(Salvador Dali)。
达利是西班牙超现实主义画家和版画家,享有“当代艺术魔法大师”的盛誉，与毕加索,马蒂斯一起被认为是二十世纪最有代表性的三个画家。
他所创造的奇怪、梦呓般的形象，不仅启发了人们的想象力、诱发人们的幻觉，且以非凡的力量，吸引着观赏者的视觉焦点，更是以探索潜意识的意象著称。

达利寻找灵感的方式很有趣。
他总是拿着一把勺子，躺在沙发，或坐在椅子上，然后闭上眼睛开始幻想一些画面。
当他要睡着时，手里的勺子“咣当”一声掉在地上，把他惊醒了。
而这时留在他头脑里的画面，就是他日后的杰作之一。
这个方法，在于不知不觉进入潜意识，而勺子则让他快速从潜意识中回来，而不是接着睡着了。
就象以前有个作家总是让闹钟在半夜二点响铃，然后爬起来，记下自己的梦。
让我们尝试一下达利的创意方法。
躺在沙发上，手里拿着勺子，或者易拉罐会更好一些，把手放在沙发边缘，在大脑幻想一些画面，或者幻想你最近需要想的创意题目。
看看“咣当”一声之后，你会不会欣喜若狂。
然后，试着简单画出你想象的画面。

68、

这个创意方法简直匪夷所思。
实施的步骤是这样的。
第 1 步：了解训练题目：请为你的手机起 20 个名字。
第 2 步：消化理解这个题目。
第 3 步：接下来，请马上玩一下这个火柴游戏，在大脑里试着移动火柴棒：



a.取走 3 支火柴棒，使其只剩下 4 个相同的正方形
b.取走 4 支火柴棒，使其只剩下 4 个相同的正方形
c.取走 5 支火柴棒，使其只剩下 3 个相同的正方形
d.取走 6 支火柴棒，使其只剩下 3 个相同的正方形

第 4 步：玩了大约 20 分钟火柴游戏后，放下游戏，马上为手机写 20 个名字
这个训练的奇怪之处在于，当你开始想关于手机名字的创意时，你竟然要玩一个火柴游戏，这是为什么呢？

如果你要请人帮你想手机的名字，你设想走进一个房间，房间有两个人。他们听了你的想法后，第一个人，他比较爱说话，于是开始兴奋地给了你不少手机名字。
不一会，这个人接了一个电话，有事出去了。
这是你问第二个人，这个人不太爱说话，他慢慢说出自己的想法，于是你惊奇地发现，这个人的想法，比第一个人好多了。
你是否意识到，你的大脑里也存在着这样两个人。
你必须要把第一个人打发走，才能问第二个人。
火柴游戏的目的，就是让第一个人有事可干，而不去打扰第二个人的想法。
英国心理学家怀斯曼的这个研究，颠覆了我们从前的想法。
从前我们一直认为，要想进入创意状态，最好是什么都不干。
就象上一个训练的达利不就是这样干的么？
据说大脑的另一部分，也就是潜意识一直在工作，它位于前额至后脑的大脑表层部分。
所以在想创意时，试着玩一个智力游戏，看看结果真的象心理学家说的那样神奇么？

69、发现缺点

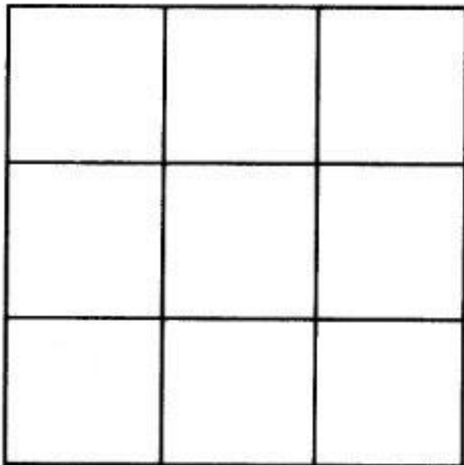
所有的事物都不可能十全十美，都或多或少地存在着一些缺点，即所谓“人无完人，金无足赤”。围绕现有的物品列出它的缺点，再针对缺点，提出改进的设想，是一种有效而简便的

创意方法。
发现缺点就是发现问题，要发现问题，就要克服习以为常，墨守成规，常见不疑等感知障碍。要充分发挥好奇心、求知欲和想象力，只有这样才能在他人看不出问题的地方看出问题，能从他人认为不足为奇的现象中发现问题。
发现缺点的程序并不复杂，可针对某物品采用发散性思维尽量列举出它的缺点，然后将缺点一一列出归类整理，筛选出主要缺点，针对缺点加以分析，提出可行性的 改进方案。如：选取“伞”作为创意题，可列举出常用的伞的缺点：伞柄太长携带不方便，遇上大风会“翻顶”，伞布颜色单调，在公司撑开晾干不方便；针对上述 缺点改进出各种各样的伞，有折叠伞、自动伞、不透水的伞、便携伞等。
发现缺点列举法的应用很广，可以通过观察物体，从不方便、不顺当、不合意、不美观之去，去寻找克服缺点的方法，获得创意。
训练：请列出《新华字典》的缺点，并将每个缺点改进为一个新的创意。

70、希望点

希望点创意法是根据创意人罗列出来的种种需求和希望，加以改进，从而成为创意的方法。它不受现有物品的束缚，应用范围很广，是一种主动型的创意技法。列出希望点，需要大胆假设，充分发挥创造性思维，把幻想转化为现实。
希望点创意法的具体做法，跟发现缺点法一样，可围绕一个创意课题列出各种需求与希望，然后收集起来进行综合分析，制订出可行性的创意方案。
如希望有一种不用扭扣的雨衣，使穿脱方便，就研制成一种尼龙搭扣的雨衣；
希望外出旅行携带方便，一物多用，就提出旅行剪刀、多用餐具、瑞士军刀等创意的课题。
希望使胶水在瓶中流动得快些？就可以想到“带钢珠胶水瓶”。这种瓶子，利用钢球密度大，沉在胶水中运动快于胶水自流速度的特点，让其带着少量胶水快速到达瓶口，这样就不用等待胶水慢慢滑过来了。
在广告中也经常出现这样的手法，比如希望游戏不仅在电脑里玩，还可以在街上玩，就变成了街上的行人突然开始枪战的创意。
训练题目：请罗列出关于书的希望点，并设想出改进的方法。

71、九宫格



九宫格的创意方法其实就是无限细分的过程。
所以运用的方法是一个九宫格，再一个九宫格……，这样一直延续下去。
方法如下。
第一个九宫格：
在第一个九宫格的中间 1 格写上你要想的题目，在周围 8 个格子内写上
例如，如果你的创意题目为：签字笔的用途。请写在最中间。
然后在另外 8 个格子写上你的创意，如：
写字
画画
做记号
当武器
做杠杆
敲打
投掷
换笔芯
这样，就完成了第一个九宫格。
接下来，再细分下去。
第二个九宫格：
挑选一个选项写在第二个九宫格的中间，比如：写字，然后，再继续在其他的 8 个格子发散，如：
签名、做作业、改选为夜光颜色笔等等
第三个九宫格：
中间写：签名，然后再发散……
通过九宫格，让创意无限细分。
魔鬼在细节中。
创意也是。
请试着用九宫格做以下创意：水果刀的用途

补 九宫格

关于上次做的九宫格的训练做一下补充。
最近在网上看到，现在流行一种叫做九宫格的日记。
这是一种比微博更有趣的日记形式，只需要按需要来填写就好了，比如，今天最开心的事是什么，今天有什么新闻等等。
这样写日记就象做填空题，只需要几分钟就填好了。
这种日记形式把文字排成了具有图案感，很右脑。是对九宫格创意法的一种新的应用。
以下是网友的两则九宫格日记，转引自九宫格日记网站。


开心的事
没什么好开心的
为他人做的事
没有
工作/计划/备忘
按计划来
比起昨天的进步
今天没有睡懒觉
2010-11-29
心情/感悟/灵感
没啥想说的
关注/八卦/新闻
今天我就是新闻！
健康/饮食/体重
不能熬夜了······
梦
忘记了



72、组合的方式

创意是"旧元素新组合"，而具体如何组合，创意大师并没有详细的阐释。

在网上查找了一下相关的资料，发现了在产品创新方式上，关于组合的一些基本规律：

组合法是将两个或两个以上已有的技术原理或不同的形态结构，通过巧妙地结合或重组，以获得具有统一的整体功能的新技术、新产品的创意方法。

1．成对组合

成对组合是将两种或两种以上不同技术因素的现有物品组合在一起的方法。根据组合的因素不同可分成多种组合方式。

a、材料组合

将不同特性的材料重新组合起来，而获得新材料、新功能。如果硬尼龙丝和软尼龙丝组成中间硬、周围软的牙刷，即能洁齿又不伤牙床。

b、用具组合

为了使用方便，把同类用途的用品、工具组合起来。如把保温瓶胆和杯子组合成保温杯；把钢笔与圆珠笔组成两用笔；把毛笔、墨水、砚台组成文房四宝盒；把犁、耙、播种、收割、施肥等农用机械用具组成多用途拖拉机。

c、功能组合

把两种或两种以上不同功能的物品组合起来，产生新的功能。如药物牙膏，多用途折椅（童车、手推车、快乐椅、摇床等多种功能）。

2．辐射组合

一项新技术出现后，人们总是千方百计地把它迅速应用到各个传统的技术领域，去推动传统技术的创新，形成新颖技术辐射组合的发明技法。如以电动机为中心，向电动玩具、电动卷笔刀、电吹风等辐射组合；辐射组合的思维方式体现了发散性思维的流畅性和变通性。

3．插入式组合

它是以一种技术为主体，插入其他技术，以完善和增加产品功能的方法。如以铅笔盒为主体，逐渐插入橡皮盒、三角板插，课表卡、防近视蜂鸣器等；以电风扇为中 心、逐渐插入摇头装置、定时装置、分档开关、指示灯；以台灯为中心，插入日历、电子表、笔插、生态球等组合成“多功能生态平衡灯具”。

产品创新与广告创意有一定程度的一致性，甚至有时画面表现有就是产品创新的结果。

让我们尝试一下这个创意方式。

训练题目：请为螺丝刀寻找物体/技术等适当的组合方式：

1．成对组合：材料组合/用具组合/功能组合

2．辐射组合

3．插入式组合

73、隐约的联系

顾城有一首诗叫做《弧线》：

鸟儿在疾风中
迅速转向

少年去捡拾
一枚分币

葡萄藤因幻想
而延伸的触丝

海浪因退缩
而耸起的背脊

诗中介绍了几种弧线，有实的弧线，如后两个，又有虚的弧线，如前两个，既有自然的，也有情感的，如退缩、幻想等，从几个层面，对弧线进行解释。

这是一种联想的创意，用一种隐约的联系，来观察不同事物中的弧线现象。

还有更深一层的例子，如余光中的《山中传奇》：

落日说，黑蟠蟠的松树林背后
那一截断霞是它的签名
从焰红到烬紫
有效期是黄昏

这里，从晚霞，联想到支票，晚霞与支票来是相跟很远的两个事物，它们之间的联系是什么？一般的人可能很少这样想问题，而诗人通过联想感知或建立了两个事物间的隐约的联系——它们都有有效期，所以获得了诗的灵感。

隐约的联系的诗中一种比较常用的手法。
我们可以今天就尝试一下，为不同事物建立隐约的联系。
训练：
A 事物：雷电烧焦的树
请联想任何几个事物（B 事物），然后为 AB 两个事物寻找隐约的联系

74、仿生学

仿生学法是通过模仿某些生物的形状、结构、功能、机理以及能源和信息系统，来解决某些问题的一种创意方法。比如：
从令人讨厌的苍蝇身上，仿制成功一种十分奇特的小型气体分析仪，安装在宇宙飞船的座舱里，用来检测舱内气体的成分。
屋顶瓦楞模仿动物的鳞甲。
船桨模仿的是鸭的蹼。
苍耳属植物获取灵感发明了尼龙搭扣
……
神秘的大自然提供给我们无限的资源，如果把仿生学应用到创意上，应该也是极富创意趣味的事。
比如：用仿生学原理改进手机，那么可以用到的动物及联想的方法：
格式为：动物，现象或原理，改进
鸡，下蛋：短信提示音改为母鸡下蛋声
牛，反刍：把消息进行消化，垃圾短信自动删除，重要短信不断响提示音
乌龟，长寿：发明可以使用千年的手机电池
叶子，光合作用：手机晒太阳来改变形状，变圆，变方，变美
……
下面就来试验一下你的仿生学方法，来把这个训练继续下去吧！

75、卡片法

其实想创意的形式也关系到创意的产生，以下介绍的是卡片法。
卡片法的会议一般由 5～8 人参加——想创意似乎人太多就不太适合，没有了小团体的亲密感。为了避免无用功，会前宣布创意课题，每人提出 5 个以上设想，分别填写在卡片上。
会上，各人出示自己的卡片，并依次作出说明。
在别人宣读设想时，如果自己发生"共振"产生新的设想，应立即填写在备用卡片上。
全部发言结束后，主持人将所有卡片集中起来，分类整理后进行讨论，筛选出可供实施的设想。
训练：请以卡片法发想：针的用途
此题目类似我们之前想过的铁罐的用途，只不过形式不同了，看是否会有一些新的发现？

76、蒙德里安的抽象画

首先来了解一下这位特色鲜明的画家。
彼埃·蒙德里安（Piet Cornelies Mondrian；1872-1944），荷兰画家，风格派运动幕后艺术家和非具象绘画的创始者之一，对后代的建筑、设计等影响很大。

彼埃·蒙德里安生于荷兰中部的阿麦斯福特，逝于纽约。他出身于一个严格信奉加尔文教的家庭，父亲是位小学教员，要求儿子也从事教育。但最终，他的儿子还 是拒绝了这一职业，并在两个公共学校获得了图画教学证书之后，进了阿姆斯特丹美术学院，成为一名勤奋刻苦，颇受教师赏识的学生。然后，他经历了一个困难时 期，画的很多，卖掉的很少，靠在博物馆临画卖和绘制科技挂图过活。

他主要画阿姆斯特丹周围的风景，并经常重复一个题材。例如，他以同一角度多次重画杜旺德里兹农庄，他的颜色尽管以灰和暗绿为主，却往往柔和秀美。他的画风爽直，笔法也非常肯定。

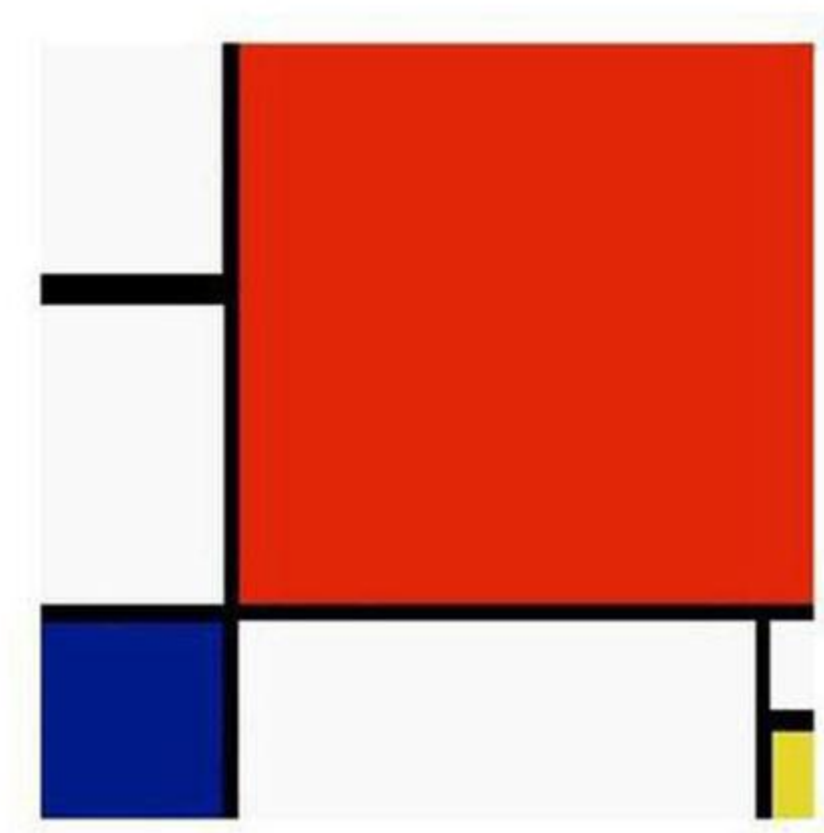
1903 年，他在荷兰布拉拜特信奉天主教的农民地区住了很长时间，这似乎给他的绘画展开了新的前景。宗教问题使他着迷，他读着“神智学协会”出版的书籍，并在几年之后，成为它的会员。他爱画孤立的村舍，淡紫色和灰色的神秘森林内景。

1908 年夏，他到瓦尔申岛东布尔的首次旅行彻底改变了他的画风，颜色有了光泽，淡紫色渐渐消失，从而使浅兰色、白色、玫色、金黄色得以自由驰骋(一系列 的《沙丘》,《西卡拜尔之塔》，1908～1911 年)。一些朋友劝他前往巴黎，荷兰画家吉克尔把自己在蒙巴纳斯的画室借给了他。于是,蒙德里安于 1911 年底来到巴黎.，他马上受到立体派的影响，画出作为本世纪绘画中对确定主题进行不断抽象化的唯一组画----著名的《树》。在第一次世界大战爆发 前十五天，他回到荷兰，看望生病的父亲。在阿姆斯特丹，他得知了开战的坏消息。停战之后，他才急迫地回到巴黎。在这四年半中，他住过东布尔、斯赫维宁根、 阿姆斯特丹、拉兰的小村镇。他继续探索抽象画，并在 1915 年画出一种横、直线的节奏,预示着即将出现的新造型主义和纯造型派。这时，他认识了瑟奥·凡· 杜斯堡,两人一起创立了斯蒂尔杂志，并于 1917 年 10 月出了创刊号。蒙德里安在该时期中写作要多于绘画，他在《斯蒂尔》上发表了一些长篇理论文章，其中 有几篇采用了对话的形式.其中一篇《自然现实与抽象现实》堪称抽象艺术的基石。

1919 年初，蒙德里安到巴黎，继续就横、直的新造型艺术主题进行长期思考。在直至去世的二十五年中，这一工作从未停止。他画的背景先为灰色，后为兰色， 从 1922 年起，固定为白色。构图经常是稍有变动的重复(1929 到 1932 年间为正方形画幅)。在颜色中，他偏爱红色。他这一中心时期的某些作品含有红 色的长方形，有时占着色面积的三分之二。他很少展出作品，只卖给极少的收藏家。谦逊地生活在一间以新造型主义原则布置和油漆的画室里。他极少去宣传自己， 然而却驰名世界。

蒙德里安创立了抽象画这一形式，他的作品单就色彩的构成来说，已经让人的视觉感觉舒适。而究竟背后的意义如何，却众说纷纭。

创意训练的 100 个方法



作为创意人，我们哪管那么多，停止猜想蒙德里安的本意，让我们来为他的画赋予一些与众不同的意义吧！

例如，他最著名的这幅《红·黄·蓝的构成》，我们可以理解为：

1、有着不同彩色玻璃的大楼

2、手帕商店

3、卖豆腐的画家的一天

4、学校里贴得一层又一层的公告栏

5、上帝的小板凳

6、梦境里的世界

7、神秘的时空之门，可以迅速进入另一维空间

8、举着面包的小蚂蚁

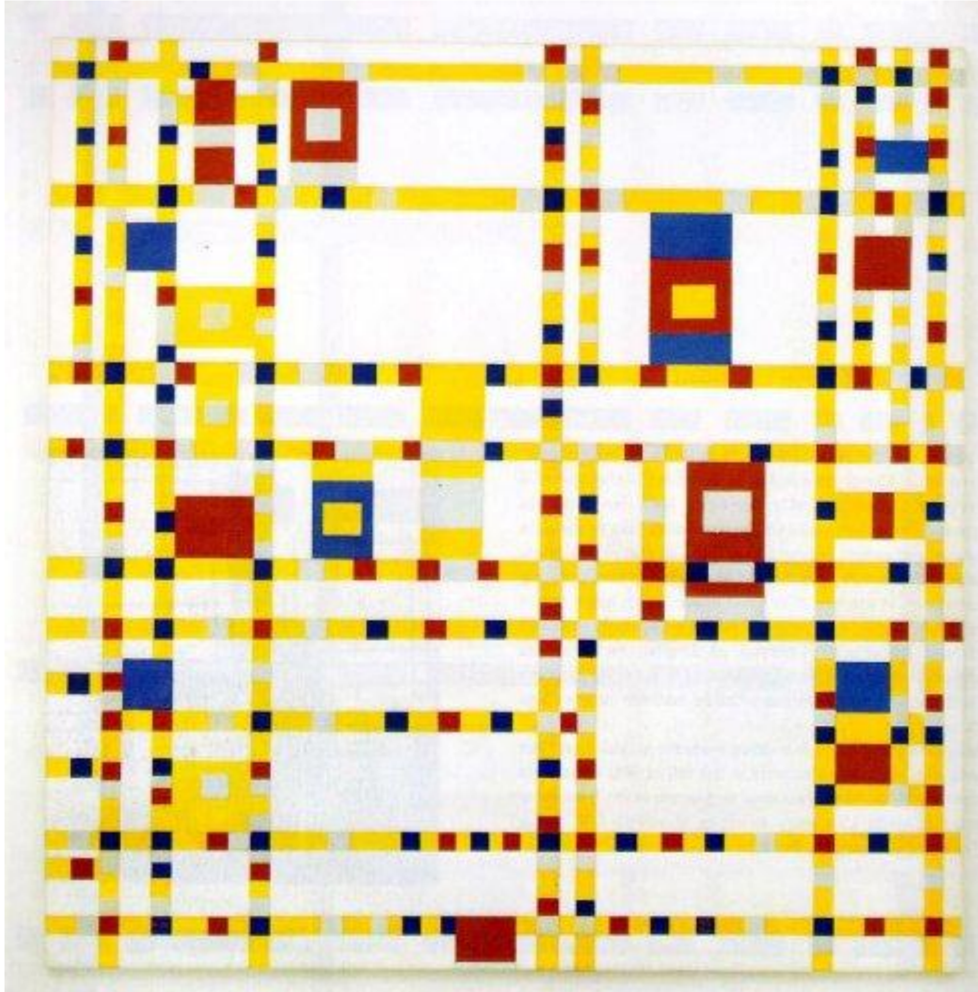
9、饭桌

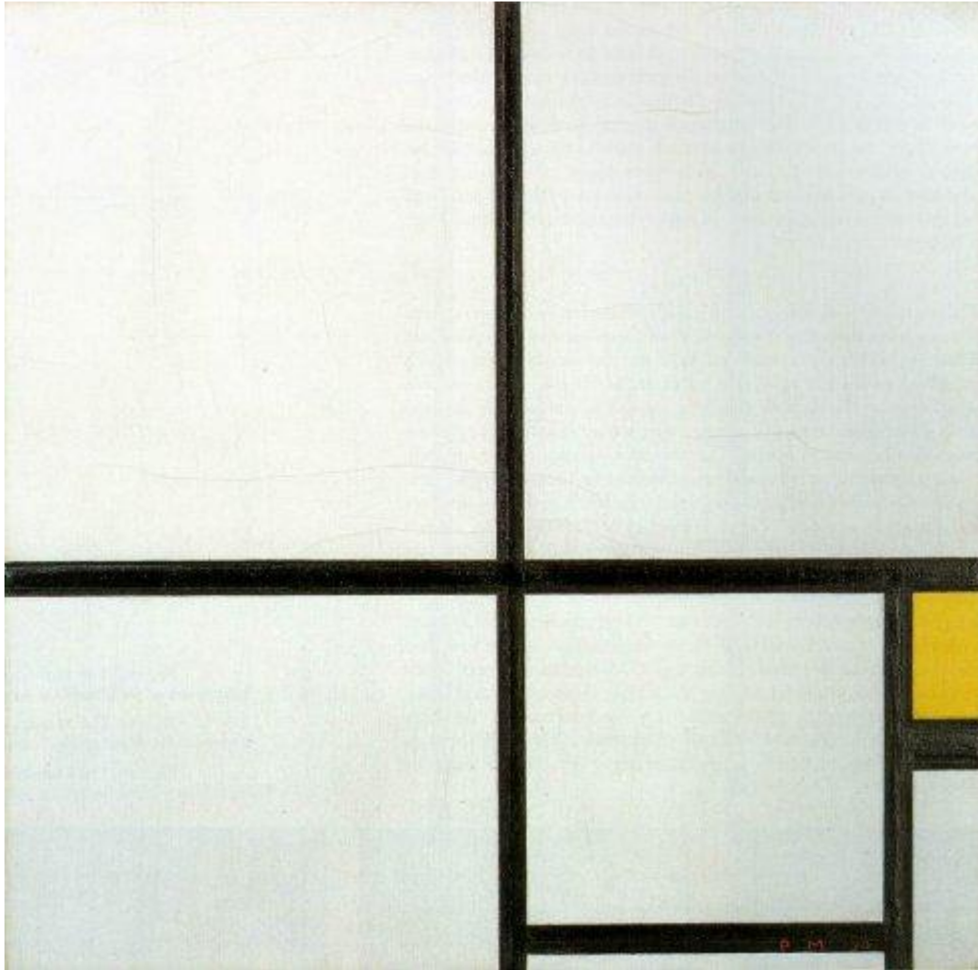
10、麦田怪圈作品之一

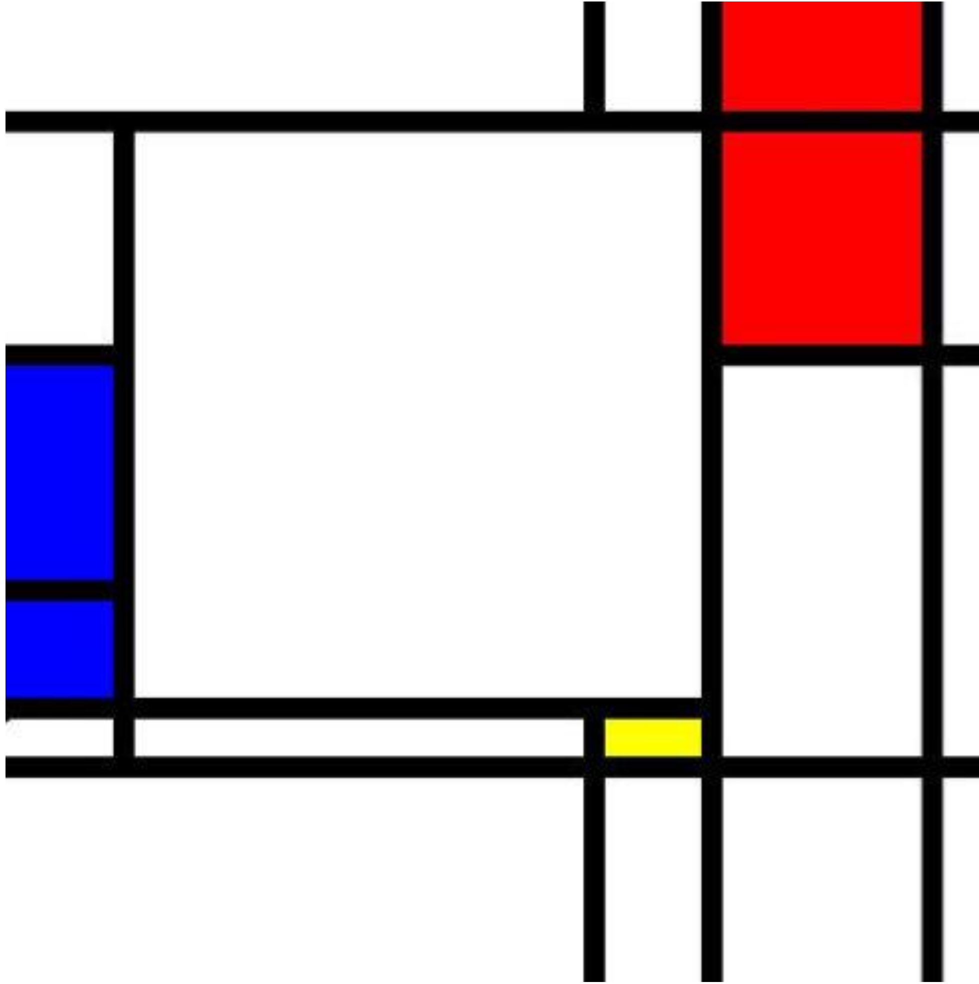
……

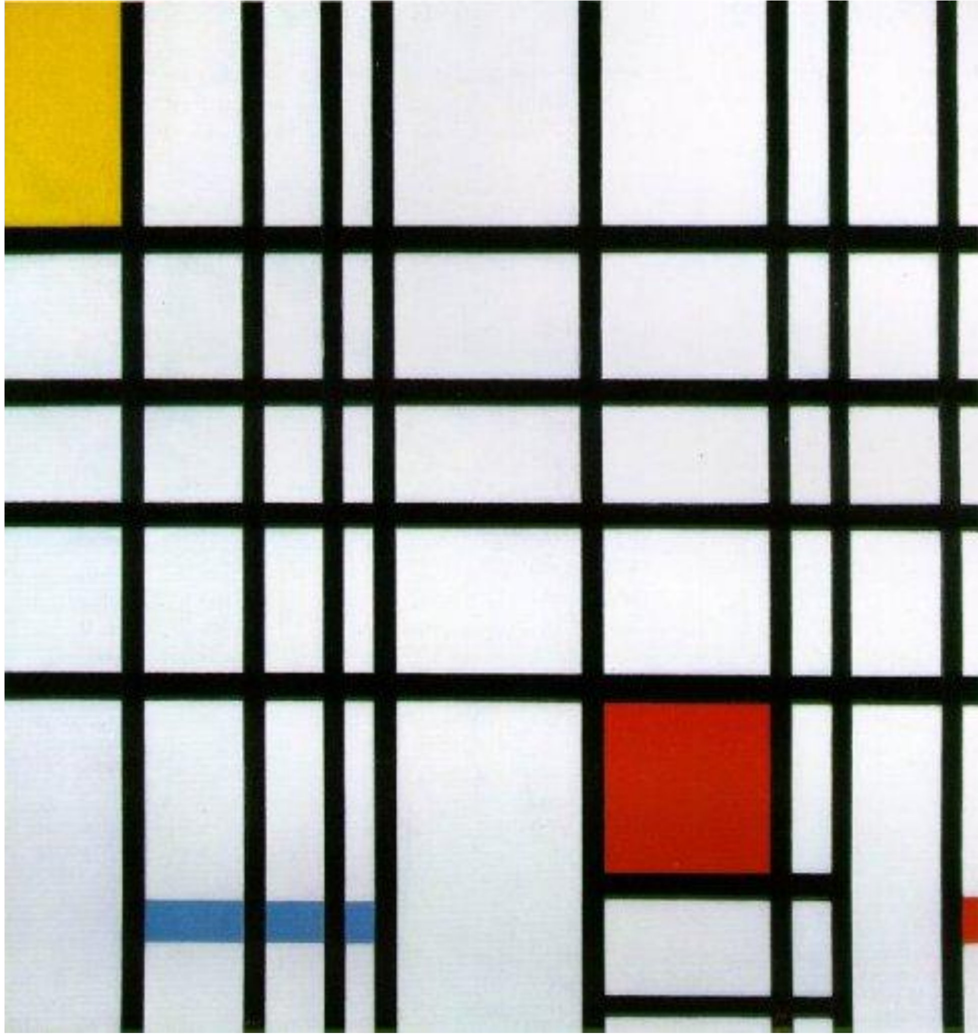
你瞧，通过我们的发想，这幅画真的可爱起来了。

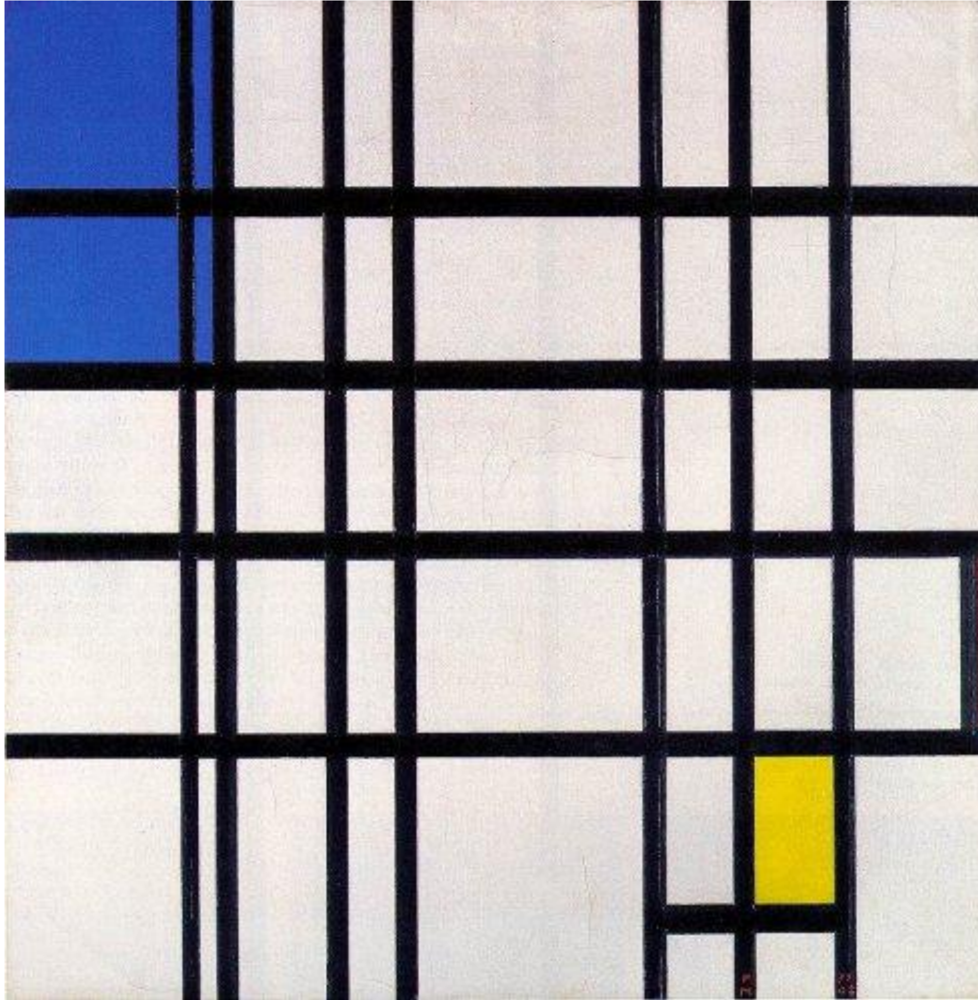
好，请锁定任何一贴蒙德里安的作品，而进行你的创意发想吧，写得越多越好。

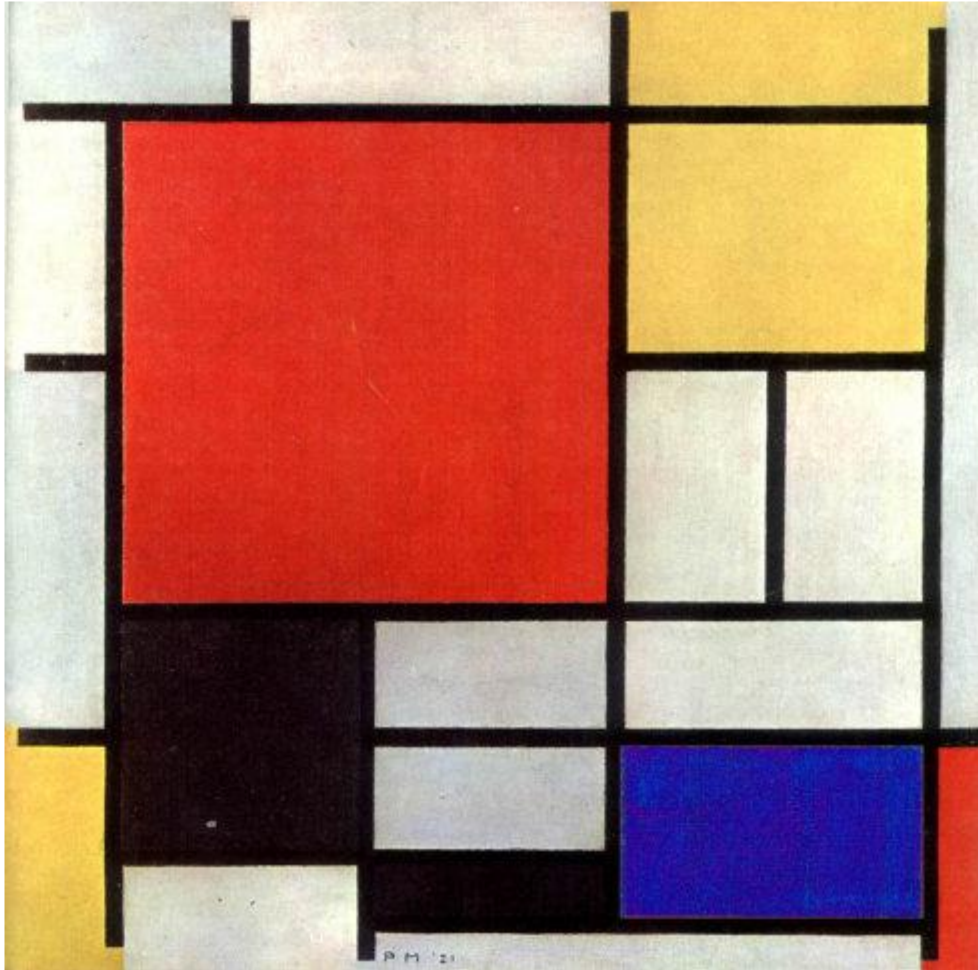




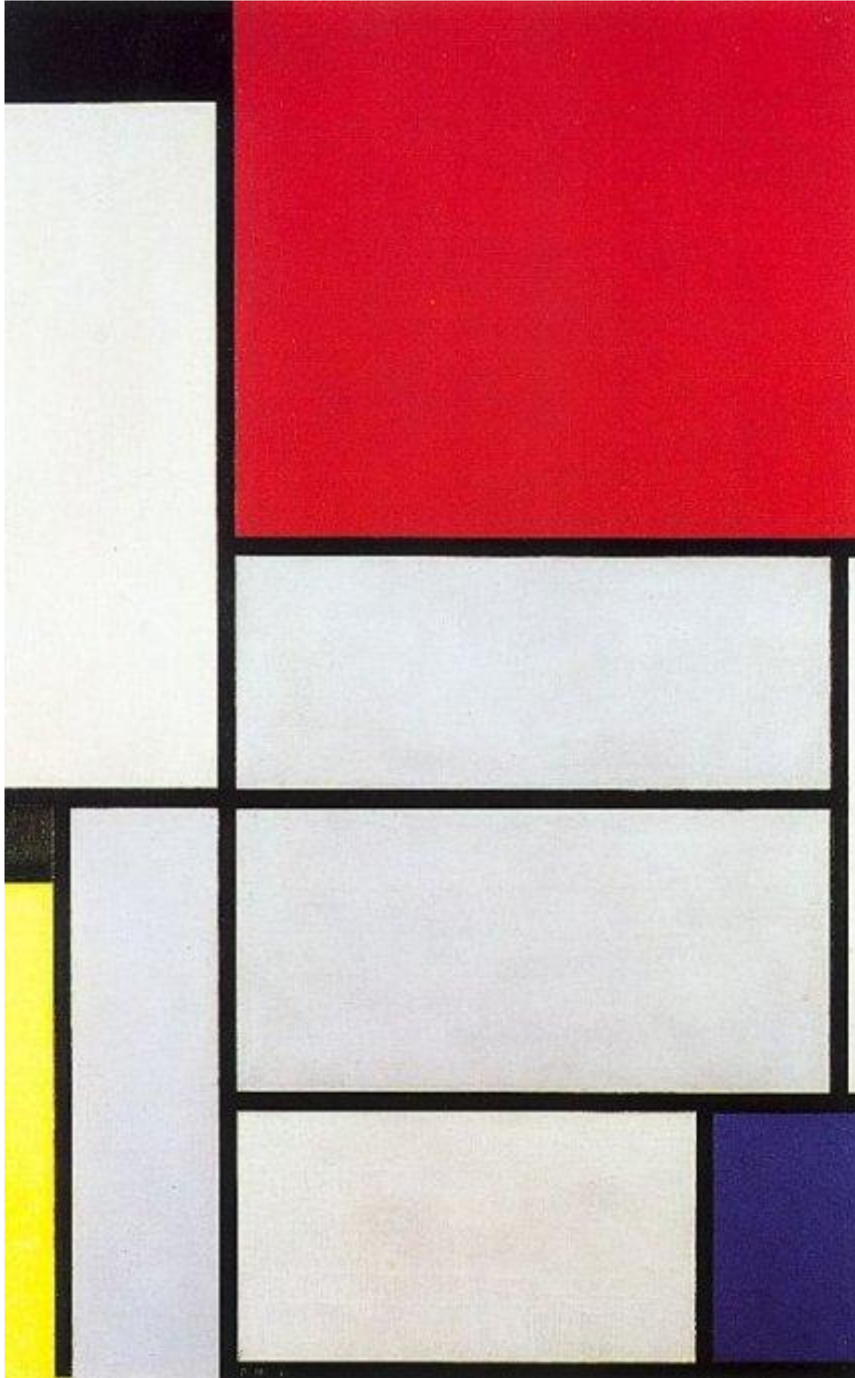


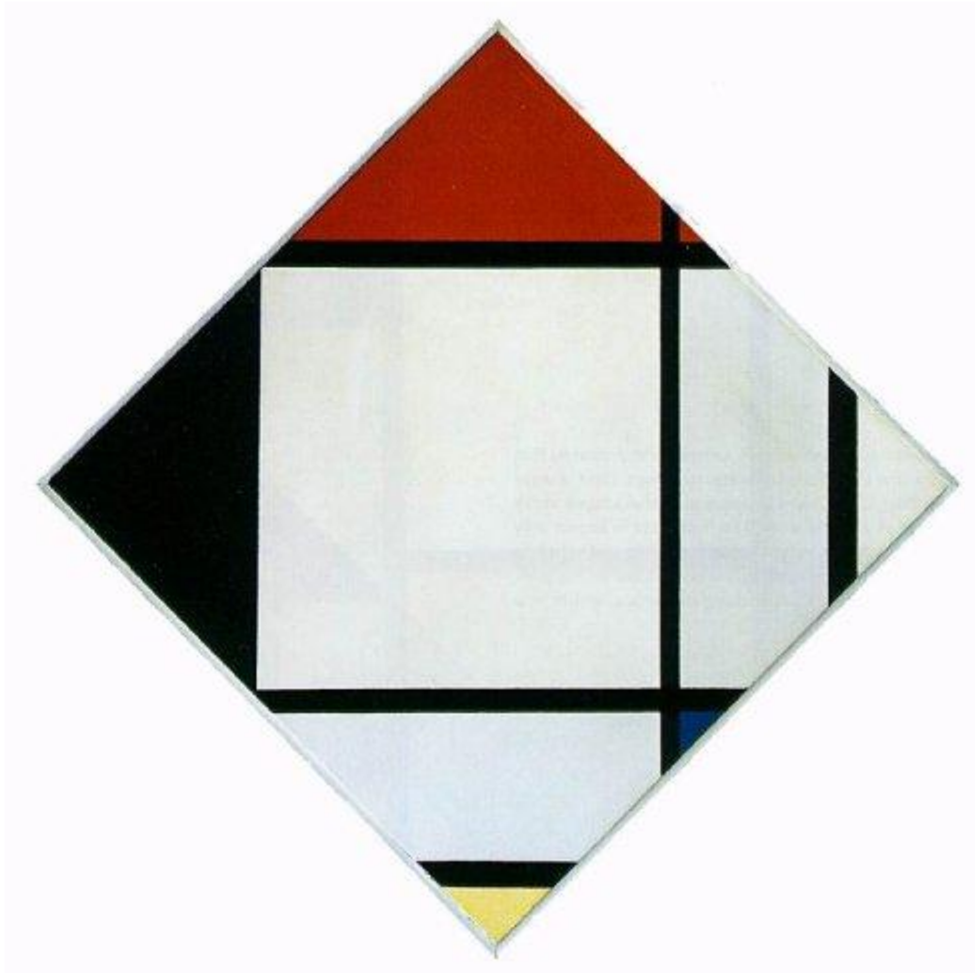












77、国家观点

你对各国的意识形态了解多少？
没关系，只要有个模糊的感觉，我们就可以开始这一个训练。
请以各国家的方式来为某事物做出解释。
例如：关于名片，各国的理解、想法等等。
1、中国：名骗，是一种相互欺骗的工具
2、美国：Name card，可以保障每个人的自由
3、日本：哟西，随时为您效劳
4、法国：让我们开始一段感情
5、德国：长 90mm 宽 54mm 的纸品设计
6、南非：这东西没用，能否换一张钞票？
7、澳大利亚：做成风车放在原野上
8、英国：怎么还没中国人做得好？
9、巴西：卷起来当球踢
10、俄罗斯：车臣武装分子的秘密传单
……
其实我们对各个国家的判断可能过于武断，比如巴西就一定是足球么？
那么请写下你的创意。

创意训练的 100 个方法

请在下表中随意 20 个国家，写写他们对于“钥匙”这件东西的理解，或其它有趣的想法

世界各国及首府中英文对照

亚洲
国家 country 首都(capital)
阿富汗 Afghanistan 喀布尔 Kabul
孟加拉国 Bangladesh 达卡 Dhaka
不丹 Bhutan 廷布 Thimphu
缅甸 Burma 仰光 Rangoon
柬埔寨 Cambodia 金边 Phnom Penh
中国 China 北京 Beijing
印度 India 新德里 New Delhi
印度尼西亚 Indonesia 雅加达 Jakarta
日本 Japan 东京 Tokyo
老挝 Laos 万象 Vientiane
马来西亚 Malaysia 吉隆坡 Kuala Lumpur
马尔代夫 Maldives 马累 Male (Maale)
蒙古 Mongolia 乌兰巴托 Ulaanbaatar
尼泊尔 Nepal 加德满都 Kathmandu
朝鲜 North Korea 平壤 P'yongyang
巴基斯坦 Pakistan 伊斯兰堡 Islamabad
菲律宾共和国 Philippines 马尼拉 Manila
新加坡 Singapore 新加坡 Singapore
韩国 South Korea 首尔 Seoul
斯里兰卡 Sri Lanka 科伦坡 Colombo
泰国 Thailand 曼谷
土耳其 Turkey 安卡拉 Ankara
越南 Vietnam 河内 Hanoi
文莱 斯里巴加湾市
巴勒斯坦 Palestine 无
锡金 Sikkim 甘托克

欧洲
国家(coutry) 首都名称(capital)
阿尔巴尼亚 Albania 地拉那 Tirana
奥地利 Austria 维也纳 Vienna
比利时 Belgium 布鲁塞尔 Brussels
保加利亚 Bulgaria 索非亚 Sofia
克罗地亚 Croatia 萨格勒布 Zagreb
塞浦路斯 Cyprus 尼克西亚 Nicosia
丹麦 Denmark 哥本哈根 Copenhagen
芬兰 Finland 赫尔辛基 Helsinki
法国 France 巴黎 Paris

德国 Germany 柏林 Berlin
希腊 Greece 雅典 Athens
匈牙利 Hungary 布达佩斯 Budapest
冰岛 Iceland 雷克亚未克 Reykjavik
爱尔兰 Ireland 都柏林 Dublin
意大利 Italy 罗马 Rome
列支敦士登 Liechtenstein 瓦杜兹 Vaduz
卢森堡 Luxembourg 卢森堡 Luxembourg
马其顿 Macedonia Skopje
马耳他 Malta 瓦莱塔 Valletta
摩纳哥 Monaco 摩纳哥 Monaco
荷兰 Netherlands 阿姆斯特丹 Amsterdam
挪威 Norway 奥斯陆 Oslo
波兰 Poland 华沙 Warsaw
葡萄牙 Portugal 里斯本 Lisbon
罗马尼亚 Romania 布加勒斯特 Bucharest
俄罗斯 Russia 莫斯科 Moscow
圣马利诺 San Marino 圣马力诺 San Marino
斯洛文尼亚 Slovenia Ljubljana
西班牙 Spain 马德里 Madrid
瑞典 Sweden 斯德哥尔摩 Stockholm
瑞士 Switzerland 伯尔尼 Bern
大不列颠联合王国 伦敦 London
United Kingdom
南斯拉夫 Yugoslavia 贝尔格莱德 Belgrade

大洋州
澳大利亚 Australien 堪培拉 Canberra
斐济 Fidschi 苏瓦 Suwa
基里巴斯 Kiribati 塔拉瓦 Tarawa
瑙鲁 Nauru 亚伦 Yaren
新西兰 Neuseeland 惠灵顿 Wellington
巴布亚新几内亚 莫尔兹比港 Moreaby
Papua-Neuguinea Port
所罗门群岛 Salomonen 霍尼亚拉 Honiara
汤加 Tonga 努库阿洛法 Nuku'alofa
瓦努阿图 Vanuatu 维拉港 Vila
西萨摩亚 Westsamoa 阿皮亚 Apia
世界各国及首府中英文对照-美洲
安圭拉岛 Anguilla The Valley
安提瓜岛 Antigua and Barbuda 圣约翰 Saint John's
阿根廷 Argentina 布宜诺斯艾利斯 Buenos Aires
巴哈马 The Bahamas 拿骚 Nassau
巴巴多斯岛 Barbados 布里奇顿 Bridgetown

伯利兹 Belize 贝尔莫潘 Belmopan
百慕大群岛 Bermuda 哈密尔顿 Hamilton
玻利维亚 Bolivia 拉巴斯 La Paz
巴西 Brazil 巴西利亚 Brasilia
英属维尔京群岛 罗德城 Road Town
British Virgin Islands
加拿大 Canada 温哥华 Ottawa
智利 Chile 圣地亚哥 Santiago
哥伦比亚 Colombia 巴哥达 Bogota
哥斯达黎加 Costa Rica 圣约瑟 San Jose
古巴 Cuba 哈瓦那 Havana
多米尼加 圣多明各 Santo Domingo
Dominican Republic
厄瓜多尔 Ecuador 基多 Quito
萨尔瓦多 El Salvador 圣萨尔瓦多 San Salvador
格陵兰 Greenland Nuuk (Godthab)
格林纳达 Grenada 圣乔治 Saint George's
瓜德罗普岛 Guadeloupe 巴斯特尔 Basse-Terre
危地马拉 Guatemala 危地马拉 Guatemala
圭亚那 Guyana 乔治敦 Georgetown
海地 Haiti 太子港 Port-au-Prince
洪都拉斯 Honduras 特古巴加尔巴 Tegucigalpa
牙买加 Jamaica 金斯敦 Kingston
马提尼克岛 Martinique 法兰西堡 Fort-de-France
墨西哥 Mexico 墨西哥城 Mexico
蒙特塞拉特岛 Montserrat 普利茅斯 Plymouth
尼加拉瓜 Nicaragua 马那瓜 Managua
巴拿马 Panama 巴拿马城 Panama
巴拉圭 Paraguay 亚松森 Asuncion
秘鲁 Peru 利马 Lima
波多黎各岛 Puerto Rico 圣胡安 San Juan
圣卢西亚岛 St. Lucia 卡斯特里 Castries
圣文森特岛 金斯敦 Kingstown
St. Vincent and the Grenadines
苏里南 Suriname 帕拉马里博 Paramaribo
特立尼达和多巴哥 西班牙港 Port-of-Spain
Trinidad and Tobago
特克斯群岛和凯科斯群岛 大特克 Grand Turk
Turks and Caicos Islands
美国 United States 华盛顿 Washington, DC
乌拉圭 Uruguay 蒙得维的亚 Montevideo
委内瑞拉 Venezuela 加拉加斯 Caracas
美属维尔京群岛 夏洛特阿马利亚 Charlotte Amalie
Virgin Islands

非洲
阿尔及利亚 Algeria 阿尔及尔 Algiers
安哥拉 Angola 罗安达 Luanda
贝宁 Benin 波多诺夫 Porto-Novo
博茨瓦纳 Botswana 哈伯罗内 Gaborone
布隆迪 Burundi 布琼布拉 Bujumbura
喀麦隆 Cameroon 雅温得 Yaounde
中非 班吉 Bangui
Central African Republic
乍得 Chad 恩贾梅纳 N'Djamena
刚果共和国 Congo Rep. 布拉柴维尔 Brazzaville
吉布提共和国 Djibouti 吉布提 Djibouti
埃及 Egypt 开罗 Cairo
赤道几内亚 Equatorial Guinea 马拉博 Malabo
厄立特里亚 Eritrea 阿斯马拉 Asmara
埃塞俄比亚 Ethiopia 亚的斯亚贝巴 Addis Ababa
加蓬 Gabon 利伯维尔 Libreville
冈比亚 The Gambia 班珠尔 Banjul
加纳 Ghana 阿克拉 Accra
几内亚 Guinea 科纳克里 Conakry
几内亚比绍共和国 Guinea 比绍 Bissau
肯尼亚 Kenya 内罗毕 Nairobi
莱索托 Lesotho 马塞卢 Maseru
利比里亚 Liberia 蒙罗维亚 Monrovia
利比亚 Libya 的黎波里 Tripoli
马达加斯加 Madagasca 安塔那利佛 Antananarivo
马拉维 Malawi 利隆圭 Lilongwe
马里 Mali 巴马科 Bamako
毛里求斯 Mauritius 路易港 Port Louis
毛里塔尼亚 Mauritania 努瓦克肖特 Nouakchott
摩洛哥 Morocco 拉巴特 Rabat
莫桑比克 Mozambique 马普托 Maputo
纳米比亚 Namibia 温得和克 Windhoek
尼日尔 Niger 尼亚美 Niamey
尼日利亚 Nigeria 拉各斯 Abuja
留尼旺岛 Reunion 圣但尼 Saint-Denis
刚果民主共和国（扎伊尔） 金沙萨 Kinshasa
Republic of the Congo
卢旺达 Rwanda 基加利 Kigali
圣多美及普林西比民主共和国 圣多美 Sao Tome
Sao Tome and Principe
塞内加尔 Senegal 达喀尔 Dakar
塞舌尔 Seychelles 维多利亚 Victoria

塞拉里昂 Sierra Leone 弗里敦 Freetown
索马里 Somalia 摩加迪沙 Mogadishu
南非 South Africa 比勒陀利亚 Pretoria
苏丹 Sudan 喀土穆 Khartoum
斯威士兰 Swaziland 姆巴巴内 Mbabane
坦桑尼亚 Tanzania 达累斯萨拉姆 Dar es Salaam
多哥 Togo 洛美 Lome
突尼斯 Tunisia 突尼斯 Tunis
乌干达 Uganda 坎帕拉 Kampala
西撒哈拉 Western Sahara 无
赞比亚 Zambia 卢萨卡 Lusaka
津巴布韦 Zimbabwe 索尔兹伯里 Harare

78、诗与想象

我多次强调了诗的想象力对于创意的重要。
而通过诗去延展的想象则更能训练我们创意的丰富性。
以下是王家新的一首诗：

《一个劈柴过冬的人》：

一个劈木柴过冬的人
比一阵虚弱的阳光
更能给冬天带来生气

一个劈木柴过冬的人
双手有力，准确
他进入事物，令我震动、惊悚

而严冬将至
一个劈木柴过冬的人，比他肩胛上的冬天
更沉着，也更
专注

——斧子下来的一瞬，比一场革命
更能中止
我的写作

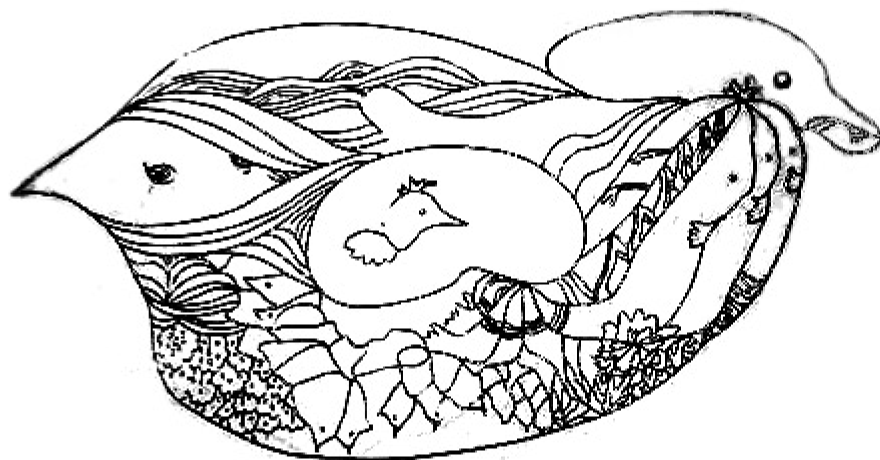
我抬起头来，看他在院子里起身
走动，转身离去
心想：他不仅仅能度过冬天

这首诗在初阅读时，曾经给我很深的印象。
然而多年后再读，发现了其想象力方面稍显逊色。

或者说他只是客观陈述现实给他的震惊，对作者来说已足够，因为这是他的初衷。
可对创意人来说，这还远远不够。
比如，如果发挥创意的话，可以改为：
劈开骨瘦如柴的冬天
劈开逃命的闪电
劈开三九天，血光一片
……
象这样，既然要“劈柴”，那就劈得疯狂一点，奇特一点，创意人一点。
好了，现在，请试着重写此诗，去掉这些现实的陈述，而用上你大胆的想象力吧!

79、诗与画

以诗改诗，体现出文字的超越。
以诗生画，则体现出形象思维的重要。
记得第一次在顾城的诗集上看到他的画时，颇觉意外。没想到作为诗人，他的画也如此奇特和诡异。后来才知道，原来他专门学过画，也一直喜欢画，他家的墙上都被他画满了。
以下就是顾城的一幅画，画的似乎是水上的动物和风景，画风有点抽象派的意思。



看了他的画，会冒出这样的想法：
“是啊，诗人就应该这样画画嘛，如果画得太具象，就不能表达那想象力的无限了。”
以下是一首顾城的诗《回归》，请尝试着以自己的绘画风格来体现这首诗的一些内容与想象吧！

回归

不要睡去，不要
亲爱的，路还很长
不要靠近森林的诱惑
不要失掉希望

请用凉凉的雪水
把地址写在手上
或是靠在我的肩膀
度过朦胧的晨光

撩开透明的暴风雨
我们就能到达家乡
一片圆形的绿地
铺在古塔近旁

我将在那儿
守护你疲倦的梦想
赶走一群群黑夜
只留下铜鼓和太阳

在古塔的另一边
有许多细小的海浪
悄悄爬上沙岸
收集着颤动的音响……

80、金字塔法

创意是一个慢慢聚焦的过程,回想我们每次创意都会经历这样的过程，金字塔法正可以形象化的概括说明这一原理。
金字塔法的思路从一个大的范围面逐渐缩小，而每次缩小都用一定的目的加以限制，删除多余的部分，等于上了一个台阶。而在每一层面上思考的路线都是由发散思维到聚合思维。
假如要为某啤酒做广告：
第一步，资料信息收集。根据詹姆斯·韦伯扬的创意方法，首要有必要进行关于啤酒的市场调查，收集品牌自身及对手、行业的相关资料，以及一切与啤酒相关的资料，例如学术研究、艺术作品等等。
第二步，展开自由发散。用自由联想法，由啤酒联想到朋友、宴会、欢乐、休闲、旅游……，而此时你可随手记下你的这些联想而不加评价。做这一步的目的是在你头脑中没有任何条条框框的情况下搜寻你旧有的知识经验，并可启动发散思维，可进行大范围的资料线索。
第三步，5W 检验。即通过 What、Where、Who、When、Why 这 5 个要素来为想法画定限制，从而找出相对可行的方法。这一方法也可为 Brief 检验，因为 5W 往往都会摆在 Brief 上。
第四步，重新自由发想。这时的发想相对有了限制，针对性更强。
第五步，再次检验 Idea，确定创意。
请尝试以金字塔法发想，关于铅笔的产品创新，在作业时体会金字塔法对思维的聚焦。



81、六顶思考帽

曾经见过一本书叫做《六顶思考帽》，搞清了其中的道理后，我曾经认为太过简单了，不就是换帽子嘛。
后来我终于意识到，这个方法是模拟一个创意的连续过程，而且用了非常形象的方法，这不正是创意的道理所在么？因为道理简单，所以才易于应用，这才是好的方法。
事实也证明了这一切，据说德国西门子公司有 37 万人学习这一课程，随之产品开发时间减少了 30%；英国的施乐公司反映，通过使用所学的技巧和工具使他们仅用不到一天的时间就完成了过去需一周才能完成的工作。
六顶思考帽是英国学者爱德华·德·博诺（Edward de Bono）博士开发的一种思维训练模式，或者说是一个全面思考问题的模型。它提供了“平行思维”的工具，避免将时间浪费在互相争执上。强调的是“能够成为什么”，而非 “本身是什么”，是寻求一条向前发展的路，而不是争论谁对谁错。运用博诺的六顶思考帽，将会使混乱的思考变得更清晰，使团体中无意义的争论变成集思广益的创造，使每个人变得富有创造性。
六顶思考帽的应用方法分为以下 6 个步骤：
1、陈述问题事实。
白帽子：白色是中立而客观的。代表着事实和资讯。中性的事实与数据帽, 处理信息的功能；
2、提出如何解决问题的建议。
绿帽子：绿色是春天的色彩。是创意的颜色。创造力之帽, 创造解决问题的方法和思路的功能；
3、评估建议的优点
黄帽子：黄色是顶乐观的帽子。代表与逻辑相符合的正面观点。乐观帽, 识别事物的积极因素的功能；

4、评估建议的缺点

黑帽子：黑色是阴沉的颜色。意味着警示与批判。谨慎帽，发现事物的消极因素的功能；

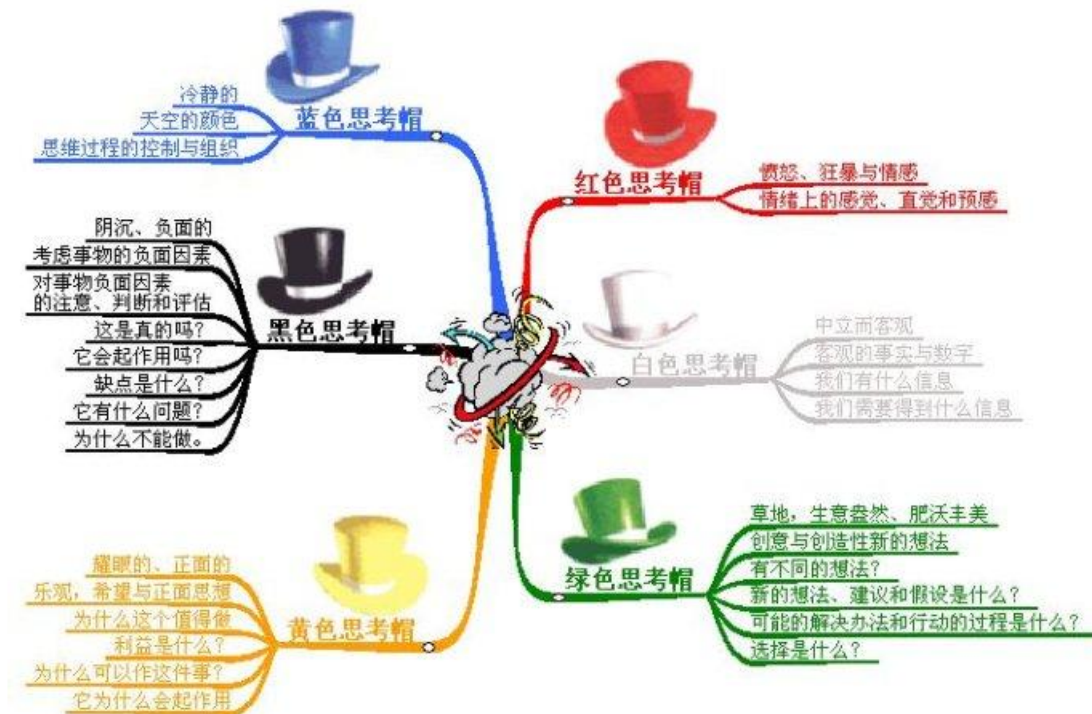
5、对各项选择方案进行直觉判断

红帽子：红色是情感的色彩。代表感觉、直觉和预感。情感帽，形成观点和感觉的功能；

6、总结陈述，得出方案

蓝帽子：蓝色是天空的颜色，笼罩四野。控制着事物的整个过程。指挥帽，指挥其它帽子，管理整个思维进程。

如果我们买到了六顶思考帽，那么就可以严格按照以上的方法做一下尝试：
白帽子："让我们来看一下相关的资料和数据……"
绿帽子："我们来自由的联想一下吧！"
黄帽子："哇，好主意，简直太棒了！"
黑帽子："Oh，NO，馊主意！"
红帽子："这个 Idea 肯定能行！就是它了！"
蓝帽子："各位不要吵了，我来确定一下，Idea 是……"
这是一个有趣的过程，可以看到将金字塔的过程变为形象化之后的好处。需要说明的是：这个训练不只是团队才可以做，其实个人一样可以通过切换帽子的方法来尝试。
嗯，现在就以"为刘翔量身打造一座什么样的钢琴"为主题，试试这六顶帽子到底有没有效吧！



82、哲学家创意大会

"大家静一静！"
会议厅里面的人群一直争吵着。我想，也难怪，古今中外的哲学们难得有机会汇聚一堂，有很多问题还是要争一争的。
"我们的存在是被误读的……"戴着黑色礼帽的维特根斯坦大声说。

“不，语言是我们的家园！谁也不能亵渎语言。”曾经与纳粹有所牵连的海德格尔一直觉得世人亵渎了他。
“知言，而识道。”孔子甩着他宽大的袍袖。
“……”
我只好拽过麦克风：“各位大师，静一静！”
会议厅里突然静下来，来自古代的几位哲学家好奇地看着我，不知道为什么我说话会变得这么大声。
“今天请大家来，是想让大家试试想创意！”我解释道。
“什么？想创意？那是对哲学的亵渎！”你瞧，海德格尔总是放不下。
“我们只会讲道理！”苏格拉底叨着烟斗。
我拿出一打美元：“如果大家肯试一下，这些就是每个人的酬劳。”
哲学们顿时安静下来，眼睛里充满了狮子。
“今天的课题，是想请大家想一下，关于洗衣粉的产品创新，也就是洗衣粉可以有什么新的花样！请大家好好想一想，60 分钟后交卷！”
哲学家们白了我一眼，当看到那打美元时，不再说话，拿起纸笔，开始写他们的创意。
一个小时以后，我收到了他们的答案。
尼采：
上帝死了，所以人要自已洗衣物，所以洗衣粉可以变成一种自动洗衣粉，不需要水，也不需要洗衣机，洒上洗衣粉，抖落一下，衣服就又干净了。具体可以采用纳米技术原理……
维特根斯坦：
对于不可说的东西我们必须保持沉默。我们沉默，但万物皆可喧哗，所以发明一种音乐洗衣粉，一边洗衣一边发出奇怪的声音，从而让人们爱上洗衣服。可采用声波原理来实现……
笛卡尔：
我思故我在。为了让人们更加意识到存在的重要，所以发明一种刺激型的洗衣粉，比如洗衣服时让手感觉如同水里有无数小鱼在游，或者感觉如同有一袋袋金钱等人拾起，制造存在的陌生感。
老　子：
人法地，地法天，天法道，道法自然。所以模仿自然，用龙卷风的原理来洗衣服，把衣服放上洗衣粉，只要向空中一甩，那么就会有龙卷风卷干衣服，比洗衣机更好用。
泰勒斯：
水是万物之本源，万物终归于水。所以发明一种只用水就可以洗干净衣服的方法……
……
老实说，我被哲学家们的想法吸引住了，看来这些家伙的确是有料的。
所以我决定把奖金颁给他们。
当然，得在他们把产品真正实现出来之后。嘿嘿。

好了，这一个方法是把哲学家们的不同观点，变为创意的引子，从而引出一些有趣的想法，请尝试着写下更多哲学家对洗衣粉的设想。
格式是一致的：哲学家，名言，想法。

附：部分哲学家名言

泰勒斯：
水是万物之本源，万物终归于水。

只有那些从不仰望星辰的人，才永远不会跌入坑中。
赫拉柯利特：
博学并不能使人智慧。
人不能两次踏进同一条河流。
万物都在运动中，物无常往。
巴门尼德：
能被思维者和能存在者是同一的。
存在者是，不存在者不是。
苏格拉底：
我知我无知。
这个世界上有两种人，一种是快乐的“猪”，一种是痛苦的“人”。
要认识你自己。
德性即是知识。
知识就是美德。
柏拉图：
惊奇是哲学家的感觉，哲学开始于惊奇。
亚里士多德：
放纵自己的欲望是最大的祸害；谈论别人的隐私是最大的罪恶；不知自己过失是最大的病痛。
吾爱我师，吾更爱真理。
求知是人的本性。
人是政治的动物。
无限不是实在的实体。无限是潜在于思维中的一个连续不断的过程。
奥古斯丁：
万物的和平在于秩序的平衡，秩序就是把平等和不平等的事物安排在各自适当的位置上。我相信以便我能明白。
理解是为了信仰。
我思，故上帝在。
托马斯·阿奎那：
正义就是对给予每个人他应得的事物这一理念坚定和永恒的追求。
天恩不会取消本性而只会使本性完善。
笛卡尔：
我思故我在。
怀疑一切！
莱布尼茨：
幸福就是和谐。
世界上没有两片完全相同的树叶。
存在即是合理的。
现在怀着未来的胚胎,压着过去的负担。
斯宾诺莎：
规定即否定。
自由人最少想到死,他的智慧不是关于死的默念,而是对于生的沉思。
神作为世界的支持力量是不能同被支持的世界分离的,神作为世界的原因是不能同作为结果的世界分离的，原因和结果不是两个东西，而是同一个东西，所以神与世界同一，或者说，

神即自然。
培根：
真理是时间的产物，而不是权威的产物。
知识就是力量。
带来安定的是两种力量:法律和礼貌。
洛克：
知识归根结底由经验而来。
法律的终点便是暴政的起点。
财产是道德之神.。
休谟：
在一切吵闹中间,获得胜利者不是理性,而是辩才。
习惯是人类生活的伟大向导。
康德：
有两种伟大事物，我们越是经常的思考它们，我们心中就越是充满有增无减的赞叹和敬畏——我们头上的灿烂星空，我们心中的道德法则！
给我物质，我就用它造出一个宇宙来。
人为自然界立法。
黑格尔：
凡现实的就是合理的，凡是合理的就是现实的。
那隐藏着的宇宙本质自身并没有力量足以抗拒求知的勇气。对于勇毅的求知者，它只能揭开它的秘密，将它的财富和奥妙公开给他，让他享受。我看见拿破仑，这个 世界精神，在巡视全城。当我看见这样一个伟大人物时，真令我发生一种奇异的感觉。他骑在马背上，他在这里，集中在这一点上他要达到全世界、统治全世界。
密那发的猫头鹰黄昏时才起飞。
追求真理的勇气和对于精神力量的信仰是研究哲学的第一个条件。
人应尊敬他自己，并应自视能配得上最高尚的东西。
尼采：
人类的生命，并不能以时间长短来衡量，心中充满爱时，刹那即永恒。
上帝死了。
缺乏历史感是所有哲学家的通病。
人类真正的道德来源于得意的自我肯定。
马克思：
哲学家们只是用不同的方式解释世界，而问题在于改变世界。共产主义是一种人性的复归。共产主义，作为一种完成了的自然主义，等于人本主义，作为一种完成了的人本主义，等于自然主义。
全世界无产者,联合起来!
宗教是人民的鸦片.
罗素：
任何一种哲学思想只要是它能够自圆其说，它就具有某种真正的知识。人类自古以来,有三个敌人:自然界,他人跟自我。
胡塞尔：
一开始，问题就是要把纯粹而缄默的体验带入到其意义的纯粹表达之中。
朝向事情本身。
海德格尔：

思就是在的思，……思是在的，因为思由在发生，属于在。同时，思是在的，因为思属于在，听从在。
思最恒久之物是道路。
人应该诗意地栖居在大地上。
问乃思之虔诚。
语言是存在之家。
维特根斯坦：
对于不可说的东西我们必须保持沉默。
世界是事实的总和，而非事物的总和。你在哲学中的目的是什么呢?——给捕蝇瓶中的苍蝇指明飞出去的途径。
对于不可知的事物,你最好的态度是保持沉默。
我语言上的界限就是属于我的世界的界限。
杜威：
有用即真理。
伽达默尔：
能被理解的存在就是语言。
罗尔斯：
正义是社会制度的首要价值，正像真理是思想的首要价值一样。
德里达：
解构一直是对非正当的教条、权威和霸权的对抗。
思考的结果和所做出的结论是关闭问题。
本文之外，别无它物。
福柯：
我不能给自己或是别人提供那种日常生活中的普通的快乐。这种快乐对我来说毫无意义，我也不能围绕它来安排自己的生活。
问题不在于改变人们的意识即人们头脑中的东西，而在于改变有关真理生产的制度、制度、经济规则。
哈贝马斯：
没有主体间性就没有理性。
问题不仅是语言中包括着欺骗,而且语言本身就是欺骗。

83、十大未来预言

这次，我们用十大未来预言的方法来训练我们的创意。
首先，我们来看一下一些流传比较广的预言：
世界十大惊人预言：
1、宇宙寿命还有 240 亿年
2、银河于 136 亿年前诞生
3、21 世纪末人类只能住南极
4、25 年后驾“空中飞车”兜风
5、女人百年后比男人跑得快
6、东京、伦敦、纽约将消失(海水水位上升)
7、3 年后 20 万美元游太空
8、20 年后人类可获长生不老术

9、20 年内人类收到外星人信息
10、10 年内“基因武器”研制

英国宇宙学家马丁· 里的预言：
1、人工“黑洞”操作失误吞噬地球
2、机器人获智慧杀光人类
3、染色体末端变短人类早死
4、核战争瞬间气化全人类
5、火山爆发遮住太阳冻死人
6、温室效应让全人类饿死
7、陨石撞击地球清扫人类
8、宇宙射线爆发射杀人类
9、不可治愈疾病席卷全人类
10、变化多端的恐怖袭击

比尔· 盖茨未来十大科技预言：
1、新闻自动过滤器
2、数字钞票
3、电子网上试衣
4、数字文档
5、在线信息共享
6、电子书
7、目标广告
8、在线投票
9、多任务设备
10、免费数字乘车

关于中国未来的十大预言：
1、人民币将成为世界第三大流通货币
2、第一批“新地主”将在中国出现
3、中国城市化建设脚步放慢
4、房地产业拖累其他行业
5、美国经济衰退引发中国制造业大火拼
6、失业人口数量急剧上升，农民工返乡潮出现
7、城市贫民阶层增多
8、汽车业危机、新能源走俏
9、全球主要原材料价格回落
10、中国 GDP 增长幅度将回落到 7%左右

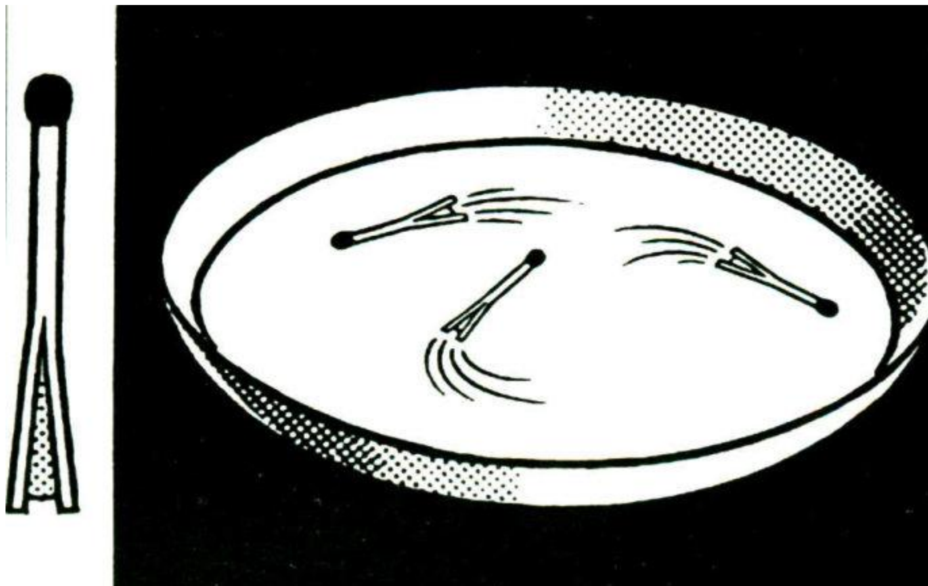
可以看到，关于未来的预言正是发挥想象力的时候，这其中有几个原因：
1、因为未来比较远，所以需要离奇，或者反过来说，离奇才象是预言
2、对于未来的预言，反映的是预言者本身综合素质，比如理论基础，思想背景等
不过以上的预言来说，对创意人来说都是小 case。
我们对未来的预言应该是不负责任的，更随心所欲的。

预言不一定是循规蹈矩的，以免让观者失望。最好造成心脏病爆发。
预言并不一定是直线的。比如在从前，电脑是以快为标准，所以做得就越来越大，但是 IBM 突
然转攻个人电脑，以小为主，所以成为行业的一个转折点。
好了，请随意在纸上写下一些你对未来的十大预言吧！
当然，十大肯定不能满足你，那么就多写一些吧。

84、火柴船

作为一个创意人，不仅要培养自己的动脑能力，而且也要培养动手能力，或许，这是一种用手想的习惯。
我对那些动手操作的小游戏一直很感兴趣，那是日常生活之中闪现光芒的地方，让想象力有了被实践的乐趣。
比如，以下这个小游戏：

火柴船
把火柴的尾部劈开，在缝隙里放入少许软肥皂。
把火柴放入装有自来水的盘子里，看看会发生什么？
呀，原来火柴会迅速的向前游动！
如果是放在浴缸里，你甚至可以用多枚这样的火柴，举行游泳比赛。
原理：
逐渐化开的肥皂不断破坏水的表面张力，于是产生了水分子朝后方的运动，这就成了火柴朝前走的反作用力。
如果不用肥皂，而用洗涤剂，那么火柴的运动会更加快捷。



这个小游戏来自于德国人汉斯写的书，叫做《游戏中的科学》，里边介绍了很多新奇有趣的方法。
这些小游戏，一方面训练了手的能力，更重要的是反过来推动了大脑，让人通过视觉、触觉等多重经验，获得了对创意的认识，从而推动了创意的产生。
那么，希望你也尝试一下这个方法。

85、整理术

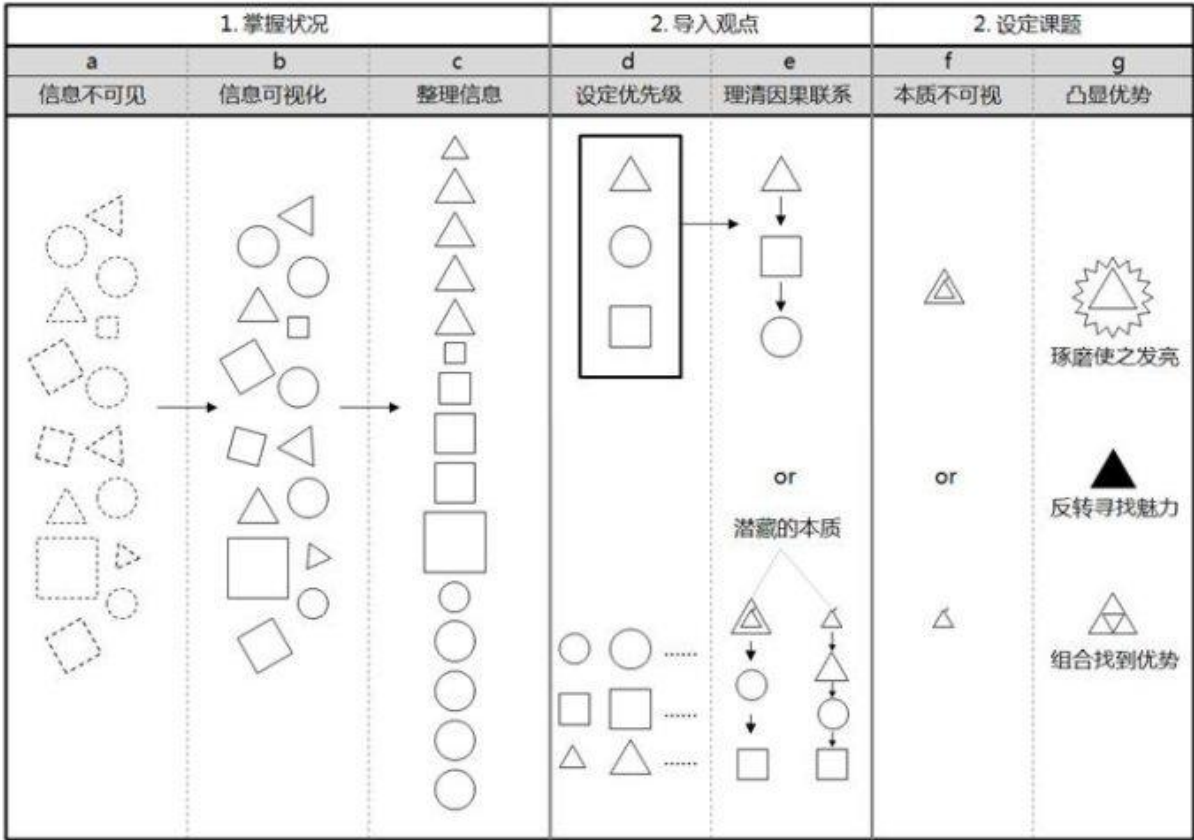
看了《佐藤可士和的超整理术》，有启示的地方是关于“整理”这个提法。
为什么创意和整理有关呢？如果不是看了这本书，还真是觉得不搭界。

佐藤可士和主要从三个层面讨论了整理的方法，细则如下：
一：空间整理：
1.定期更新——防止东西增加
2.决定物品的固定位置，保持作业环境清爽
3.简单明了的为物品分类
二、信息整理
1、退一步客观检视
2、首先舍弃自以为是
3、转换观点，从各种角度观察
三、思考整理
1、将自己和对方的思绪转换成语言
2、建立假说，大胆向对方提问
3、思考时要对别人的事情视如已出

因为作者是设计师，所以只是点到为止，而没有将整理术形成一个具体的操作细则图表，这是遗憾的地方。所以看了全书，也还是停留在看了书名的层面，领悟的东西不多。
不过聪明的读者可以从这点启示出发，总结自己的整理术。

以下，让我们简单尝试一下：
训练题目：——蚂蚁需要什么样的面包？
首先开始，空间整理：
把自己的工作环境收拾干净，没有一丝打扰——听起来象有洁癖？哈
其次开始，信息整理：
收集所有相关的资料，并把他们按不同的信息栏进行归档，比如：“面包的创新”、“蚂蚁的生活习惯”等。
退一步客观检视，并从各种角度观察：
“蚂蚁到底需要什么样的面包呢？”
“会不会是味道象昆虫？”
“会不会是容易搬动的？”
最后开始三、思考整理
建立假说，大胆向对方提问，并将自己和对方的思绪转换成语言：
“蚂蚁兄，其实你最喜欢的是什么呢？”
“这个嘛，其实不好说啦！”
“说说看嘛！”
“就是那个……嘛！”
“到底是什么嘛？”
“就是……”
象这样，一直问到对方说出为止！

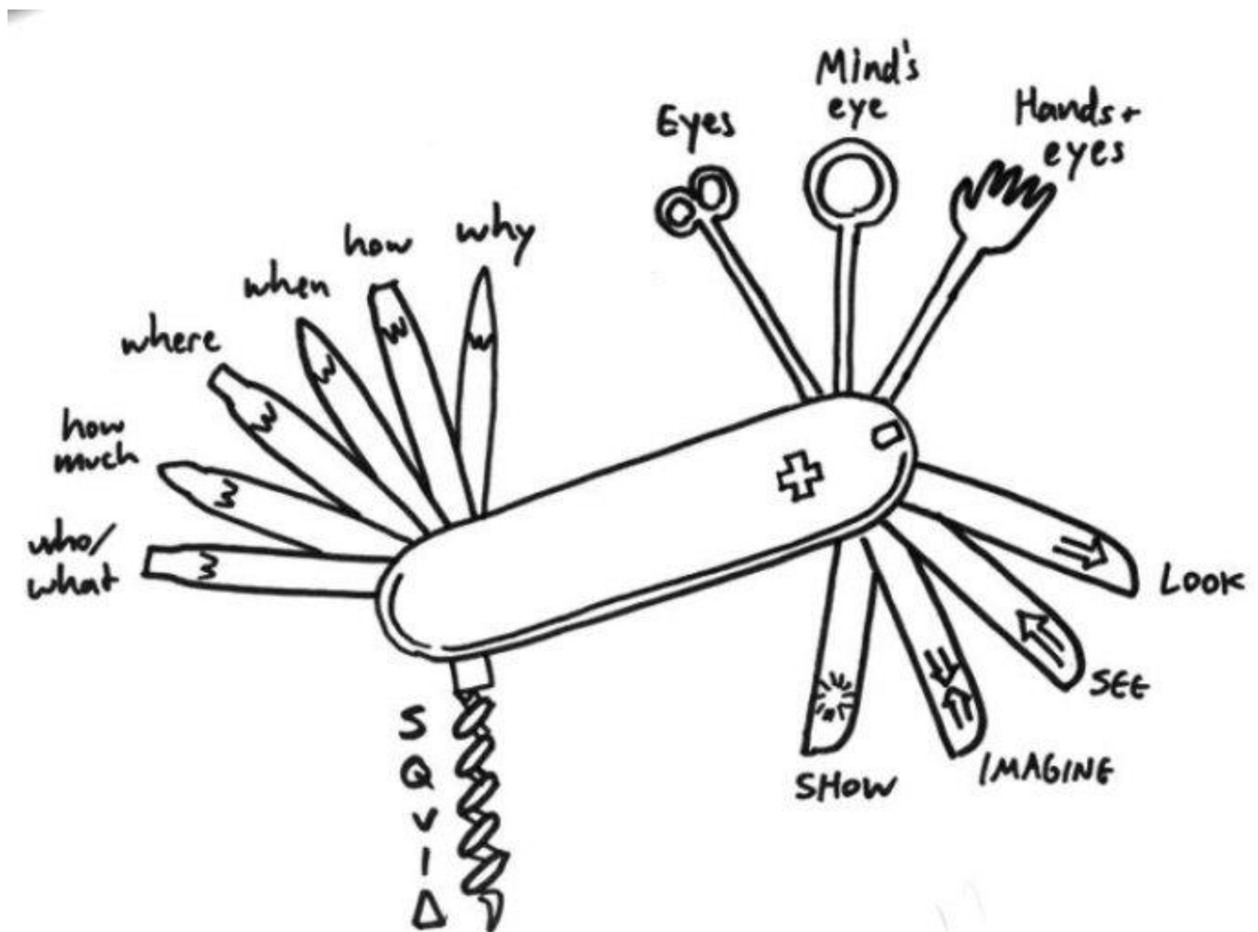
好了，蚂蚁到底需要什么样的面包？
请各位整理一下自己的思路，或许就能找到答案：）



86、瑞士军刀

这是《餐巾纸的背面》一书所介绍的一个主要图表，该图表是一个瑞士军刀为主的思考模型，瑞士军刀中的每一个工具成为思考的一个手段，从而丰富创意的产生。

创意训练的 100 个方法



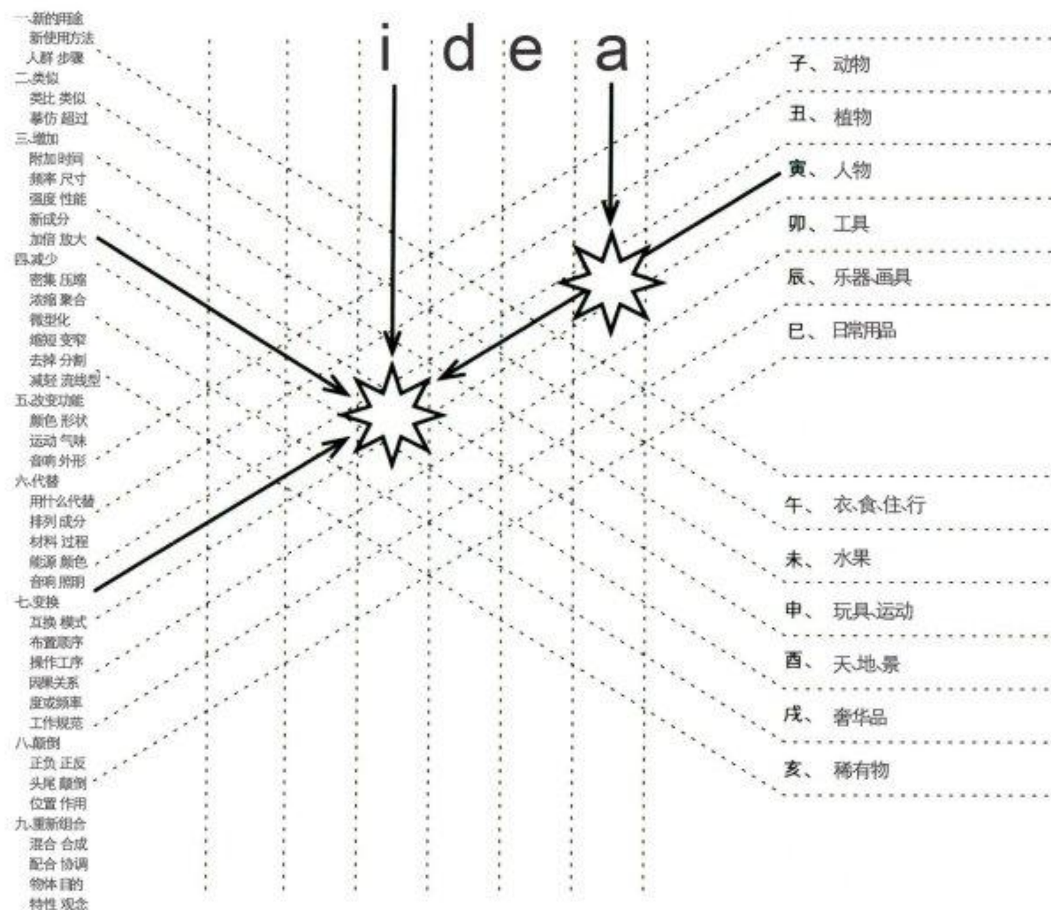
主要分以下四个部分：
一、六项基本要素，即 Why、How、When、Where、How much、Who/what，这个我们曾经多次提及；
二、接下来是分析的四个步骤，即 Look、See、Imagine、Show，收集——分析整理——思考形成图表——展示；
三、五个原则，SQVIA，即 Simple、Quality、Vision、Individual、As-is，简单、品质、视觉、个人化、改变。
四、视觉化的思考过程，即 Eyes、Mind's eye、Hands+Eyes，看——想——画的过程。
这些部分的顺序可以根据具体情况相互颠倒。

关于图表的应用，以“榕树喜欢什么样的音乐”为主题，进行发想：
一、六项基本要素，进行提问：
Why：榕树为什么喜欢听音乐？
How：榕树如何听音乐？
When：榕树何时听音乐？
Where：榕树在哪听音乐？
How much：榕树听多少音乐？
Who/what：榕树听谁的什么音乐？
二、四个步骤，创意工作：
Look：收集所有关于树与音乐的资讯。
See：具体分析整理。

Imagine：能否采用一些图表的方式，以便有利于分析。
Show：展示出思考的结果。

三、五个原则，反问自己的创意：
Simple：它是否足够简单？
Quality：是否具有一定的品质？
Vision：是否视觉化？
Individual：是否个人化？
As-is：是否提供了一些改进？
四、视觉化的思考过程：
Eyes：仔细的观察榕树。
Mind's eye：发挥想象，比如"自己是榕树的话，会喜欢什么样的音乐？"
Hands+Eyes：用手画出一些构想……

87、idea 交叉表
idea 交叉表的灵感来自于《设计品牌》这本书，该交叉表很好的体现了不同维度交叉后所能产生的可能性。
但原图的元素并不是很适合于创意，所以我进行了改进。



分为以下两个方面，左侧是如何变化的选项：
一、新的用途

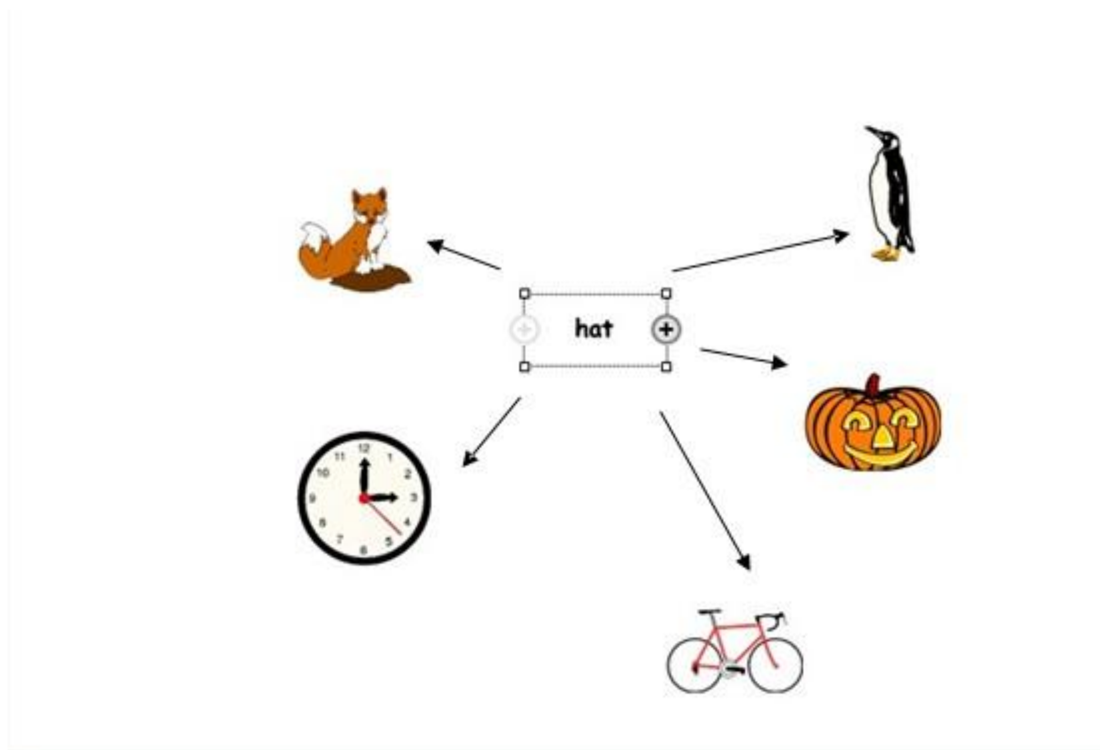
新使用方法
人群 步骤
二、类似
类比 类似
摹仿 超过
三、增加
附加 时间
频率 尺寸
强度 性能
新成分
加倍 放大
四、减少
密集 压缩
浓缩 聚合
微型化
缩短 变窄
去掉 分割
减轻 流线型
五、改变功能
颜色 形状
运动 气味
音响 外形
六、代替
用什么代替
排列 成分
材料 过程
能源 颜色
音响 照明
七、变换
互换 模式
布置顺序
操作工序
因果关系
度或频率
工作规范
八、颠倒
正负 正反
头尾 颠倒
位置 作用
九、重新组合
混合 合成
配合 协调
物体 目的
特性 观念

右侧是灵感物的选项：
子、动物
丑、植物
寅、人物
卯、工具
辰、乐器、画具
巳、日常用品
午、衣、食、住、行
未、水果
申、玩具、运动
酉、天、地、景
戌、奢华品
亥、稀有物

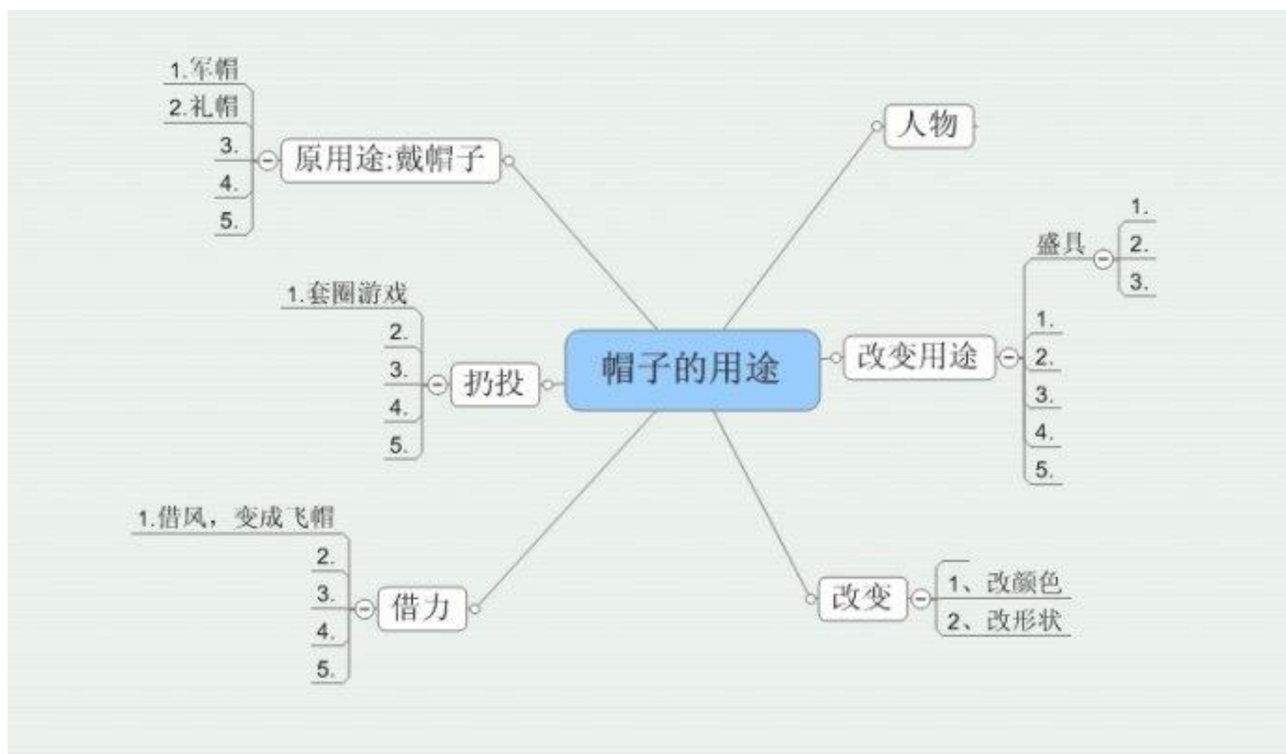
这样，在左右两项的交叉后，就可以得到一个想法。
全部交叉后，就可以得到更多的想法。
比如以“开关的产品创新”为题目，那么左侧选择“颜色”，右侧选择“动物”，那就会获得皮草开关、鳄鱼皮开关等新的设计方案。
请按这个题目继续更多的尝试吧！

88、关于灵感软件

几年前下载过一个叫做 inspiration 的软件，发现原来用软件竟然可以想创意。
这个软件的主要方式也是以布赞术（思维导图）的方式来发想创意，比如关于“帽子的用途”这个训练题目：在中间写上“帽子”这个词，然后再选择提示的灵感物，比如动物、自行车等，这样来形成创意。
这款软件的特点是比较直观。



另外还有一款影响比较大的软件是 Mind Manager Pro 思维导图这个软件，这个软件也有头脑风景功能，但主要是制作商业图表用的。
同样以帽子的用途为例，就可以出现下面的发想。
这样的发想有利于向他人展示创意，比手稿更简洁。



以上两个早期开发的软件,目前也出了很多关于创意和思维导图的软件,所以选择会更多了。

不过关于灵感软件我也只是了解了而已，相信大家都有这样的感觉，相比于灵感软件，更相信在纸上想创意这种方式。

89、指尖风暴法（Finger Storming）

相对于头脑风暴法，还有指尖风暴法。
这是来自日本原田进的方法，其宗旨在于手上不停的动作，以便刺激大脑。
方法如下：
参加者围绕桌子而坐。每一个人的面前摆着一叠 A4 的纸张，手上拿着 2B 以上的软芯铅笔或麦克笔。正式开始后，作业指挥者给大家输入一个关键词，例如决定以 “点”为方向，大家一起开始描绘用“点”来表现的创意草图。2 分钟后听到“停止”的口令就停笔。接下来继续“线”、“面”“等方向。以 40 分钟为一个阶 段。
基本的规则有以下 3 点：
　2 分钟的时间内手指不准停
　2 分钟的时间内无论如何都必须埋首绘图
　可以偷看别人的草图
参加人数以 7 人左右最佳。之所以要围绕着桌子就坐，是因为从反方向或斜方向看别人的创意都是对产生新创意的良好刺激。同时，要使用 2B 以上的软芯铅笔或是麦克笔，这样线条才不容易突出或是磨损，造成错误。
在提示“点”以后的 2 分钟内，就算所绘内容与主题联系并不密切，也必须要持续用点来填满 A4 的纸张。经过 2 分钟以后，听到下一个指令就必须换纸，所以如果 没能填满，纸上的空白就会非常显眼。为了能将纸张填满，所画的图案就会越来越大。又因为没有停下手来思考的时间，所以最后会进入一种半颓废状态，堂而皇之 地涂起鸦来。
就像这样，一种混乱的状态呈现出来。如果连续 20 次持续 40 分钟都出现这种状态，结束时每一个人都会是精疲力竭，头脑完全是一片空白的麻痹状态。
请结合以上方法进行训练，题目：杯子的产品创新
提示词：
小狗
大海
翅膀
面包……
也可自己选择合适的提示词。

90、辐射式创意

一项新技术发明后，人们总是千方百计地把它迅速应用到各个传统的技术领域，去推动传统技术的创新，形成新颖技术辐射组合的发明技法。例如以电动机发现以后，就可以它为中心，向电动玩具、电动卷笔刀、电吹风等辐射组合。
其实在广告中也经常用到辐射组合法。
一场广告运动通常包括一系列的广告，而一系列的广告又围绕着同一主题。辐射构思法往往就是以广告运动的主题为基点，任凭创作者的思维、想象驰骋。在产生若 干有关创意之后，创作者再从中选择出一个适合广告主题、有创造性、有诉求力的创意。例如，为了突出医用

胶的粘合功能，创作者可以尽自己所能，想出若干表现 粘合功能的创意，如用现实的表现手法表现医用胶在医学临床上的运用，或用瓷器破碎重新粘合的借喻方法来表现其功效，还可以用权威医生的证言来传递医用胶的 功能信息等等。有了这些点子后，创作者再根据本产品的特点、消费者的心理以及目前广告制作的条件要求等，确定一个合适的创意。确定创意后，将这个创意进行 发挥，运用到平面广告、TVC、户外广告、网络广告、手机广告、线下物料、公关活动等各个层面去，形成了辐射形创意。
而在于辐射式创意进行创意训练，则有另外一种趣味。
训练题目，以“新闻联播”为中心，进行辐射式创意。
比如目前出现的草根新闻联播、娃娃新闻联播等。

91、加减乘除转用时

“加减乘除转用时”是黄霑发明的方法，他在广告、填词、电影、电视及小说创作上都有较高造诣，被人尊称为“东方创意大师”。他提出了创意的“加、减、乘、除、转、用、时”法，具体如下：
加：
指添加，在原有的基础上加上一个元素，从而创造一个新的概念。如 2 合 1 洗发水，摩托罗拉某款手机在原有功能上加上一个掌上电脑记事功能从而畅销市场，都是遵循“加”的原则。
减：
指减省，无绳电话就是在有绳电话的基础上减省了电话线。
乘：
指放大，我们生活中的商场再发展到超市再到大卖场，规模越来越大。现在很大食品、日常用品推出“家庭装”，就是这种方法很好的体现。
除：
指缩小，如许多日用品的“旅行装”，再如从录音机到“随身听”。
转：
指倒转，从事物的根源着想。如美国曾出现果蝇灾害，一般人就会想到怎样用药物灭虫，而一位很有创意的人提出，研制出一种生命力很弱的雄果蝇，让其与现有的母果绳交配，使果蝇体质一代比一代差，从而最终消灭害虫。这是一个典型的“转”的创意方法。
用：
指更改用途，一般来说，手表主要卖点是“精确”，但瑞士 Swatch 表就推出“迟到无妨”的系列广告。文案为“迟到何妨，多与自己的恋人缠绵一会儿，因为时间是为恢复人性而存在”。这就是改变了手表的一般用途。
时：
即及时，指广告创意要有时效性。如金六福在中国足球队取得世界杯时，立即请主教练米卢作《福星篇》广告，可口可乐公司在萨马兰奇宣布中国北京获得 2008 年奥运会主办权的当时，可口可乐纪念装生产线当即运转，两个小时后，这种纪念金罐可乐就被运至北京的大街小巷。
以下是霑叔的创意讲座，很有意思：
http://blog.sina.com.cn/s/blog_4bfae6830100nn6g.html
训练题目：关于“闪电的用途”，请试试：
加：
减：

乘：
除：
转：
用：
时：

92、广告创意 194 法

这是在网络上流行过的“广告创意 194 法”，作者不知是哪位高人，列出了广告创意的 194 种方法，当时已叹为观止。虽然没有怎么用过这个方法，但其多变的方式已经开阔了人的思路。以下是其内容：

广告创意 194 法

1、把它颠倒过来
2、把它摆平
3、把它缩小
4、把颜色变换一下
5、把它变为圆形
6、使它更大
7、把它变为正方形
8、使它更小
9、使它更长
10、使它闪动
11、使它更短
12、使它发出火花
13、使它可以看到
14、点燃它
15、使它超越一般情况
16、使它发萤光
17、把它放进文字里
18、使它沉重
19、把它插进音乐里
20、使它成为引火物
21、结合文字和音乐
22、使它成为引水物
23、结合文字、音乐和图画
24、参加竞赛
25、结合音乐和图画删除文字
26、参加打赌
27、不要图画
28、使它成为年轻型的
29、不要文字
30、使它成为壮年型的

创意训练的 100 个方法

31、沉默无声
32、把它分割开
33、使它重复
34、保守地说
35、使它变成立体
36、夸张地说
37、使它变成平面
38、当替代品卖
39、变换它的形态
40、发现新用途
41、只变更一部分
42、减掉它
43、使它成为一组
44、撕开它
45、为捐献或义卖而销售
46、使它化合
47、鼓励它
48、用显而易见的
49、机动化
50、把要素重新配置
51、电气化
52、降低调子
53、使它活动
54、提高调子
55、使它相反
56、割开它
57、它像是某种东西的代替品
58、混合在一起
59、使它罗曼蒂克
60、改用另一种形式表现
61、增添怀旧的诉求
62、使它的速度加快
63、使它看起来流行
64、使它缓慢下来
65、使它看起来像未来派
66、使它飞行
67、使它成为某种物品的部分代替
68、使它浮起
69、使它更强壮
70、使它滚转
71、使它更强壮
72、把它切成片状
73、运用象征
74、使它成为粉状

创意训练的 100 个方法

75、它是写实派
76、以性欲作诉求
77、运用新艺术形式
78、使它凝缩
79、变为摄影技巧
80、使它弯曲
81、变换为图解方式
82、使它成对
83、使它变更形式
84、使它倾斜
85、用图画说明你的故事
86、使它悬浮半空中
87、使用新广告媒体
90、把它由里外翻转
91、使它更强烈
92、把它向旁边转
93、使它更冷
94、摇动它
95、增加香味
96、把它遮蔽起来
97、变换气味
98、使它对称
99、把它除臭
100、使它不对称
101、将它向儿童诉求
102、将它隔开
103、将它向男士诉求
104、使它与其他相敌对
105、将它向妇女诉求
106、使它锐利
107、价钱更低
108、变更它的外形
109、抬高价格
110、要它绕一周
111、变更成份
112、把它框起来
113、增加新成份
114、把它卷成一圈
115、拧搓它
116、把它填满
117、使它透明
118、把它弄成空的
119、使它不透明
120、把它打开

创意训练的 100 个方法

121、用不同背景
122、把拼错
123、用不同环境
124、给它起个绰号
125、使它富有魅力
126、把它封印起来
127、使用视觉效果
128、把它移转过来
129、使用另外的物料
130、把它捆包起来
131、增加人的趣味
132、把它集中起来
133、变更密度
134、把它推开
135、置于不同的货柜
136、使它成为交替的
137、变换包装
138、使它凝固起来
139、使密度增加
140、使它溶化
141、小型化
142、使成凝胶状
143、增加至最大限
144、使它软化
145、把它除掉
146、使它硬化
147、使它轻便
148、使蒸发变为汽化
149、使它可以折叠
150、加上抑扬顿挫
151、趋向偏激
152、使它更狭窄
153、如夏天炎热
154、使它更宽广
155、如冬天寒冷
156、使它更滑稽
157、使拟人化
158、使它成为被讽刺的
159、使它更暗
160、用简短的文案
161、使它发光
162、用冗长的文案
163、使它灼热
164、发现第二种用途

165、使它更有营养
166、使它合成在一起
167、把它倒进瓶中
168、把它当作用具来卖
169、把它倒进罐中
170、使它清净
171、把它放进盒中
172、把它倒进壶中
173、把它倒进缸中
174、把它弄直
175、把它褶曲
176、把它缠起来
177、提升声誉
178、免费提供
179、以成本价出售
180、提供特价
181、增加慰藉的诉求
182、提供维护服务
183、运用不同的织法（排列法）
184、使它变成香郁宜人
185、使它变成酸的
186、使它濡湿
187、使它脱水
188、使它干燥
189、把它冻起来
190、把它抛出去
191、使它无刺激性的
192、使它单纯化
193、使它具有刺激性的
194、把以上各项任意组合

其实这就是奥斯本检核法的罗列，以及加上尽可能多的广告经验，形成创意+执行的方法。
也许正因为以上的方法过多，甚至会有重复，所以让人看着就怕了，因而很少有人真正用它。
不过在才思枯竭时拿出来，找一两个玩玩还真是不错。
以前有“27 层净化”的水，而这个就象“194 层变化”的创意，而第 194 的组合，更是将这个方法变成无穷无尽，永劫不复。
天啊，什么才能经得起这么折腾？
或许只有……水果吧！
试着以“柚子”进行这疯狂的 194 个创意吧，请注意答案应是简单画出的。

==

93、视觉辞典

曾经看到过一本《视觉辞典》，是给设计师专用的，比如翻到“安全”，这个词，就会看到安全帽、安全套等图案，说明“安全”的视觉化表现。
发现这本书上的答案可能太西式，所以并不完全适合东方人。我们应该有自己的视觉辞典。
让我们先想想“安全”的视觉化表达都有哪些吧：
安全帽、安全套、安全气囊、安全带，安全灯，
安全绳、安全阀，安全门、安全鞋、安全设备，
路障、反光带、检查，
乌龟、蜗牛、刺猬，老虎、狮子，
驱蚊草：代表守护、保护、安全感，
矮牵牛：代表安全感、与你同心，
医生、保安、保镖、护法，
神、菩萨、护身符，开光，
360 安全卫士，防火墙，
养儿防老，防患于未然、未雨绸缪，
无坚不摧、坚如磐石、毫发未损、安然无恙，
金钟罩、铁步衫……
将以上图案变成图画，就变成了关于“安全”的视觉辞典。
请试着想一想“专业”这个词有哪些视觉化的表达？

94、字的混血

之前我们曾提到过“词的乱伦”，顺着这个方法下来，就是“字的混血”。
方法：从字典或书中或网上任意找到十个字，让他们进行“结婚”，看看能变成一个什么样的新意思。
让我们尝试一下。
以下是随意打开一个网页而找到的十个字，将他们左右两两组合，然后再解释一下它的新意思，解释的方式尽量有趣：

骑　　停
童　　罪
会　　测
莎　　力
娘　　省

骑停：骑车中间不再蹬了，让车自己靠惯性走。
骑罪：骑马等于压迫动物，是犯罪。
骑测：赛车专用术语？
骑力：同上。
骑省：跨省独奇行动。

童停：指儿童心理现象，由于某些生活变故，心理停留在儿童状态。
童罪：指犯罪的最早期状态。
童测：指以儿童迷惑犯罪者的一种测谎方式。

童力：儿童大力士？
童省：为儿童建立的大型幼儿园。
会停：开会中间休息时段。
会罪：潜意识中的犯罪倾向。
会测：所有人一起参加考试，可以讨论的一种形式。
会力：开会中搬桌子的人。
会省：开会中少喝一口水，少开一盏灯。

莎停：指火车站员工隔着莎帘指挥火车停靠。
莎罪：引申为一种半公开式的犯罪。
莎测：类似 FBI 那样在玻璃后的测试，被测者并不知情。
莎力：武学术语，指四两拨千斤的方法。
莎省：指减少原料而不减少生产时间的一种生产方法。
娘停：指男子不再娘娘腔。
娘罪：指男子以女人的手法犯案。
娘测：指某人的亲友为其测试。
娘力：指借助于亲友之力。
娘省：对家的另一种称呼，又可分为干娘省、亲娘省、无娘省等。
哈，通过这个方法，我们大大增加了词典中的词汇，而且也增加了我们对一些事物的理解方式。
请寻找十个字，尝试通过“字的混血”方式，创建自己的新词典吧！

95、书的集合

我比较喜欢的一个方法就是从书中发现 idea。而这书往往不是广告书，而是小说、诗歌、心理学、散文，或者报纸、杂志等等。
比如找到十本书，什么样的书都可以，以下是当当网的图书排行榜的前十名为：
《窗边的小豆豆》
《神奇校车》
《明朝那些事儿》
《狼图腾》
《涨停》
《杜拉拉升职记》
《绝对小孩 》
《郑玉巧育儿经》
《纸婚》
《三生三世》
然后以“电话的创新”为题，进行依次对照、发想。
例：
《窗边的小豆豆》：发明一种儿童专用的电话，该电话响声奇特，而晚上 9 点以后自动静音。
《神奇校车》：能否把儿童的书包里放上电话芯片，这样就可以随时 GPS 定位孩子的位置了。
《明朝那些事儿》：翻开第一页是朱元璋的简历，能否有一种来电显示来电者的简历？甚至以往的对话记录？

《狼图腾》：一种可以跳来跳去的电话，一响就乱跳，吸引你去抓住它，这样达到健身的目的。
《涨停》：一种联机股票的电话，可以在电话上实现买卖交易。
《杜拉拉升职记》：白领专用的电话。第一可以吸收讲话者的声音，以免影响同事。第二可以变声，使你的声音听起来非常耐听，提高单的成交量，还有提醒休息功能。
《绝对小孩 》：以孩子的视角来看，电话太无聊了，所以应该发明公仔形状的电话。
《郑玉巧育儿经》：怀孕其间，电话的铃声极柔和。并可以给孩子讲故事。
《纸婚》：既然婚姻这么不牢靠，就发明一个监听电话吧！
《三生三世》：这个历害了，是一个可以打到前生后世的电话：喂？是苏东坡么？……
书的信息量大，角度比较多，所以适合于做为创意的引导物，尤其适合于资讯需求大的创意人；如果是报纸杂志，跳跃度更大；如果是图片书，那么视觉的刺激会更加直观。
好了，请以"为 3D 电视做广告"这个题目，从书中发现一张图片、一篇报道、一个标题、一个词组、甚至一次误读等等，并组合成一个个精妙的创意吧！

96、热门搜索词

搜索热门词反映了网民们目前最"心水"的话题或焦点，因为可以对创意带来启发。
以下是百度七日搜索热门词：
1、斗破苍穹
2、大笑江湖
3、NBA
4、淘宝
5、4399
6、7K7K
7、优酷
8、QQ
9、海贼王
10、赛尔号
以"为某品牌肥皂做广告"为题，试试这些搜索词吧：
1、斗破苍穹：好象是一个玄幻类的书，嗯，如果主人公特别喜欢肥皂，因为他有洁癖，所以必须穿白衣服……会是一个有趣的 TVC。
2、大笑江湖：主人公把肥皂做为武器，总是让敌人滑倒。
3、NBA：科比在场上吹肥皂泡，迷惑对手。
4、淘宝：有的肥皂中间埋着一枚硬币，因而总有人想要"淘宝"。
5、4399： 在线游戏，干脆来个买肥皂送游戏币吧。
6、7K7K ：或者，买肥皂送攻略？
7、优酷：网上肥皂剧？
8、QQ：通过 QQ 将真实的肥皂进行文件传输试验……
9、海贼王：肥皂动画片，有搞头。
10、赛尔号：网络游戏， 一条肥皂号大船，在海中寻找衣服……
请找到其他搜索词，继续这个游戏吧！

==

97、猜猜番茄想什么?

设若你到了一片绿园，这园中种满了番茄，阳光轻抚，番茄们正在想着什么？
又或者你只是到菜市场、买了几个番茄回来，把它们放在桌子上，猜猜它们正在想什么？
有一种创作的方法是万物有灵，是指世间一切物体都是有灵性有思想有故事的，所以如果跳离开自己的位置，而进入到番茄的身体里，想象一番，便可收获到意外的思想。
而重要的是，番茄一定不是按照人的思路去思考的。因此我们假设，番茄的一个思考特性是：没有逻辑性的，充满咒语的。
例如：
罗图罗丝密卡（咒语）……
母后大人说让我去罗图罗丝密卡……
刚才的梦里梦到了上一辈子，是在一碗俄罗斯的罗宋汤里……
衮斗阿衮斗阿...罗图罗丝密卡……
切切控莀……
想要到茄子地走一趟，去看一看奶奶...
罗图罗丝密卡……
学习做一个不贪心的番茄，其实真的很难……
恰卡恰卡……
写这样的创意真的小心要精神分裂啊，呵呵！
请试着写写你身边任何一件事物自己的胡思乱想吧！

==
98、对桌子说的话
《重庆森林》，梁朝伟坐在马桶上对着一块香皂说话。
“你知不知道你瘦了?”
“以前你胖嘟嘟的，你看你现在……”
“都扁了，何苦来的呢，要对自己有信心才行！”
又对毛巾说：
“我叫你不要哭嘛，你要哭到什么时候？做人要坚强一点嘛，你看看你，窝在这里像什么样子?”
“唉，好好，我来帮你个忙吧!”
把毛巾拧干，挂起来。
“是不是舒服多了?”
这样的对话真有点傻兮兮的精神病气质。不过在创意人的世界里，这倒是十分值得鼓励的。这样的话，其实正是“万物有灵”的另一面，试着去和任何事物沟通，让自己对任何事物保持敏感。——只是需要偶而为之，以免走火入魔，变成恋物癖。
“见人说人话，见鬼说鬼话。”
请试着对着你现在面对的桌子，说一些“桌话”吧！

==
99、数字游戏

83898341023

创意训练的 100 个方法

983498204904
3895295834548……

象上面这样随意写下几行数字，你能联想到什么？
请利用这些数字，进行创意联想：
比如：
83898341023：
8（把）38（妇女）98（放到酒吧，）34（三思之后，）10（将衣领）23（暗杀）。——感觉象一个悬疑片。
983498204904：
98（酒吧）34（上市了）98（就把）20（20 岁的年轻人乐坏了，）49（象 49 年那会儿）04（大家用酒把身上都淋湿了）！——感觉出狂欢的气氛。
3895295834548：
38（上班）95（到一个旧屋，）29（哀求）58（舞伴）54（把那个巫师）8（的衣服扒了。）——情色片？
好了，请试着写下以下几个数字的意义：
890990
9245945894
98132413430975430984003

为了让你写的更有趣，请参考以下数字谐音提示：
0：铃、领、令、圈、权、劝、欧、呕、洞、懂
1：衣、姨、椅、易、腰、摇、咬、药、弯、碗、斗
2：儿、耳、两、凉、晾、双、爽、兔、土、图
3：山、伞、散、眯、谜、米、蜜、啥、傻、厦
4、是、石、死、室、否、发、罚、法
5、 吾、无、舞、悟、搜、手、瘦
6、 溜、流、柳、榴、拉、辣
7、 妻、骑、起、气、西、席、喜、戏
8、 拔、把、爸、罢、霸、扒
9、 酒、揪、旧、耐、奶、奈、钩、狗、垢
00：洞洞 眼镜（象形） 东欧 元旦 零蛋 灵通
01：冬衣 同意 统一 童衣 动摇 灵药 领药 羚羊
02：冻耳 令爱 栋梁 冬粮 领土 动土 东土（大唐）
03：领赏 零散 动脉 冻煞 东山
04：零食 领事 懂事 董事 冻死 临时 淋湿 临死
05：领舞 领悟 动物 动武 东吴 冻手 动手 东屋
06：领路 道路 东流 通路 同路 逗留 冻肉
07：令旗 灵机 东西 洞悉 洞隙 动气 怄气
08：领班 淋巴 临别 邻邦 全部 全班 元宝
09：灵柩 零揪 菱有 领教 领走
10：衣领 移动 要领 妖洞 摇动 窑洞 绕圈
11：意义 疑义 异议 一亿 意译 耀眼 妖艳

创意训练的 100 个方法

12：依恋 雨量 余粮 遗孀 意图 要吐 窑土
13：衣衫 移山 薏米 药膳 咬伤 完善 晚上
14：要死 咬死 一时 意识 议事 遗失 仪式
15：义务 医务 衣物 遗物 贻误 药物 万物
16：遗留 一溜 一流 遗漏 一律 疑虑 一路
17：一起 一齐 意气 义气 一切 邀请 一汽
18：一把 摇把 摇摆 衣钵 一般 一半 哑巴
19：依旧 医救 依据 已故 遗孤 顽固 万古
20：暗恋 暗令 儿童 安顿 挨冻 暗洞 耳洞
21：二姨 阿姨 安逸 阿谀 耳语 而已 恶意
22：暗暗 恩爱 两耳 爱儿 两岸
23：暗杀 扼杀 屠杀 梁山 土山 秃山 鞍山
24：饿死 哀思 碍事 按时 暗示 暗室 儿时
25：爱护 二胡 耳闻 安慰 安稳 额外
26：暗流 二流 二楼 吐露 土路
27：按期 暗器 爱妻 爱惜 儿戏 儿媳 土气
28：恶霸 凉拌 两半 癌变 徒步 突变
29：哀求 良久 量具 良驹 粮谷 谅解
30：山岭 三凌 山东 煽动 山洞 上冻 密洞
31：审议 善于 山芋 鲨鱼 善意 商议 上衣
32：山梁 闪亮 上梁 迷途 善良
33：上身 伤神 上山 杀伤 密密 秘密
34：赏识 伤食 上市 上士 丧事 绅士 身世 审视
35：山谷 晌午 商务 尚武 上古 珊瑚 迷雾
36：杀戮 山麓 闪露 上流 上楼 迷路 麋鹿
37：伤气 商祺 疝气 山区 膻气 三七 杀气
38：上班 上边 善变 伞兵 散兵 上宾 伤病
39：三舅 上酒 三九 山沟 杀狗
40：适龄 失灵 时令 拾零 四邻 石洞 发动 私通
41：适宜 失意 诗意 事宜 示意 释疑 石椅 肆意
42：食粮 矢量 思量 思儿 试图 仁途 司徒
43：世上 时尚 四散 失算 使命 失明 撕杀
44：事实 实施 适时 失实 史诗 死尸 誓死 失势
45：事物 实物 十五 饰物 失误 狮虎 死守 失手
46：死路 风流 锋利 风力 法律 法力 法理
47：死棋 死期 时期 士气 湿气 石器 放弃 房契
48：驷马 司马 失败 石坝 石马 是吗？
49：石臼 事故 尸骨 世故
50：舞动 完蛋 半百（100 的一半）斑白
51：无意 五一 舞艺 无益 武夷 无疑
52：无儿 无粮 收粮 手凉 受凉 吾儿
53：误杀 乌纱 舞迷 钨砂
54：误事 巫师 无视 午时 钨丝 务实 舞狮
55：无误 无物 文物 文武 屋外 外屋 外务

56：无路 物理 武力 无力 物力 物流
57：雾气 无妻 无期 无锡 武戏 勿气
58：舞伴 无补 舞步 无边 外宾 外边
59：无救 误解 污垢 诬告 无辜 无故 五谷
60：流动 唠叨 老到 老道 漏洞 路灯
61：乐于 留意 六一 蝼蚁 牢狱 老鹰 老营
62：流量 嘹亮 力量 六耳 柳暗（花明）
63：路上 楼上 流沙 流散 硫酸
64：流失 流逝 流食 律师 历史 历时 理事
65：流亡 漏网 遛弯 露骨 颅骨
66：陆路 碌碌 露露 喽罗 姥姥 理疗
67：漏气 录取 留情 陆战棋
68：喇叭 腊八 吕布 萝卜 遛马
69：猎狗 烈酒 辣椒 拉脚 劳教
70：机灵 欺凌 启动 起源 奇怨
71：奇异 岐义 起疑 七一 其余 奇遇 气宇
72：凄凉 气量 器量 弃儿 企图 歧途
73：棋迷 凄迷 欺生 奇妙 痴迷 侈糜
74：其实 歧视 骑士 气势 启示 起誓 妻室
75：欺侮 起舞 气温 奇闻 气味 器物
76：气流 岂料 七律 骑驴 起落
77：漆器 机器 激起 极其 吉期
78：起码 骑马 旗袍 气泡 起跑 奇葩
79：气球 乞求祈求 妻舅 抢救 迁就
80：百灵 冰冷 冰冻 白磷 柏林 不灵
81：白药 白衣 81 建军节 布衣 不宜 补遗 不一
82：白脸 白兔 暴徒 暴土 趵突（泉） 白垩
83：不算 不酸 宝山 宝扇 白鲨 瘪三
84：保释 报时 报失 暴食 饱食 笔试 比试 拜师
85：保卫 包围 把握 霸王 巴望 宝物
86：保留 不留 败露 不了 不料 白露 白鹭
87：宝气 白旗 宝鸡 巴西 把戏
88：拜把 败北 宝宝 抱抱 爸妈
89：不久 补救 扑救 普九 芭蕉 八角 拔脚 薄酒
90：久远 救援 旧怨 九泉 酒泉 举动 狗洞 激动
91：酒意 久已 就医 旧衣 旧椅
92：狗儿 孤儿 估量 旧案 久安 故土
93：走散 旧伞 狗剩 沮丧 巨鲨
94：就是 旧时 旧事 就势 故事 构思 狗屎 狗食
95：救护 救火 旧货 旧物 九五（规划） 购物
96：酒肉 久留 酒楼 狗肉 佝偻 轱辘 轱辘
97：酒器 酒气 骨气 酒席 旧习 姑息 古稀
98：酒吧 酒杯 酒保 走马 急迫 窘迫
99：久久 舅舅 赳赳 旧居 久居 解救 戒酒

创意训练的 100 个方法

100：一百分 满分 百岁老人 百姓 白天

==

100、创意训练法

詹宏志说：“真正有创意的人不必依赖别人的方法。”
当你找不到更多的启示时，你需要当自己的老师。这也正是我要写《创意训练的 100 个方法》的其中一个很重要的原因。——另一方面也为了交流。在这些创意法中，有的是引用别人的，也有许多是我自己设计的。
跟其他创意训练比起来，自己设计的方法也许更适合自己的实际情况，收获也相对更大。
如果你在这 100 个方法里还没有读到适合你的，那么，请尝试设计自己的方法吧。要紧紧围绕自己的兴趣和思维特点来开始：
想一想你是个什么样的人？
你是以什么为职业的？
你的思维的优势是什么？
你的思维的弱势是什么？
你的知识的疆域在哪里？
你的宇宙观是怎么样的？
你注意哪些细节？
……
从自己的角度出发，为自己量身设计一些创意方法，是非常有趣的。相信你的方法也会让我大吃一惊。
好了，做为一个创意人，请开始设计几个自己的创意训练方法吧！

==

==

==

==

==

==

==